



**FACULDADE DE ARQUITETURA**  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

# **DESIGN E INCLUSÃO**

## **Fotografia, Aprendizagem e Organização Expositiva em Bairros Sociais de Lisboa**

**DOUTORAMENTO EM DESIGN**

**Maria Inês Amaral Maniés Lourenço**

**ORIENTADORA** Doutora Maria João de Mendonça e Costa Pereira Neto,  
PROFESSORA AUXILIAR,  
FACULDADE DE ARQUITECTURA DA UNIVERSIDADE DE LISBOA.

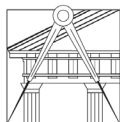
Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de doutor  
2018





LISBOA

UNIVERSIDADE  
DE LISBOA



FACULDADE DE ARQUITETURA  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

# DESIGN E INCLUSÃO

## Fotografia, Aprendizagem e Organização Expositiva em Bairros Sociais de Lisboa

### DOUTORAMENTO EM DESIGN

**Maria Inês Amaral Maniés Lourenço**

**ORIENTADORA** Doutora Maria João de Mendonça e Costa Pereira Neto,  
PROFESSORA AUXILIAR,  
FACULDADE DE ARQUITECTURA DA UNIVERSIDADE DE LISBOA.

**CONSTITUIÇÃO DO JÚRI** **PRESIDENTE**  
Doutor Jorge Luís Firmino Nunes,  
PROFESSOR AUXILIAR,  
FACULDADE DE ARQUITECTURA DA UNIVERSIDADE DE LISBOA.

**VOGAIS**  
Doutora Maria Teresa Barbieri de Ataíde Malafaia,  
PROFESSORA ASSOCIADA,  
FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE LISBOA;

Doutora Paula Maria Vieira Reaes Pinto,  
PROFESSORA AUXILIAR,  
UNIVERSIDADE DE ÉVORA;

Doutora Maria de Lourdes Rodrigues de Victória Riobom,  
PROFESSORA AUXILIAR,  
UNIVERSIDADE EUROPEIA-IADE;

Doutora Maria João de Mendonça e Costa Pereira Neto,  
PROFESSORA AUXILIAR,  
FACULDADE DE ARQUITECTURA DA UNIVERSIDADE DE LISBOA;

Doutora Teresa de Jesus Olazabal Cabral,  
PROFESSORA AUXILIAR,  
FACULDADE DE ARQUITECTURA DA UNIVERSIDADE DE LISBOA.

Tese especialmente elaborada para a obtenção do grau de doutor

2018

### Notas Preliminares

Esta tese está escrita de acordo com a norma do português europeu sem as alterações gráficas previstas pelo Acordo Ortográfico de 1990. As traduções nela existentes foram realizadas pela autora, excepto em situações em que o tradutor é creditado. As citações e as referências bibliográficas seguem as normas de Harvard. O tipo de letra utilizado no texto foi Adobe Garamond Pro.



## RESUMO

Esta investigação teórica e prática visa promover uma acção educativa recorrendo à aprendizagem e à prática da fotografia e, respectiva exposição, convocando várias áreas de estudo interligadas, nomeadamente, o design com especial incidência no design social. O propósito almejado consiste em incentivar a inclusão social de grupos de jovens residentes em espaços urbanos socialmente em risco. Para a referida investigação concorrem ainda as abordagens teóricas e a problemática dos processos expositivos inerentes à divulgação de qualquer acervo artístico em espaço citadino.

Partindo-se da exploração dos conceitos do design, com especial incidência nas definições operatórias do design e comunicação, do design participativo e do design social procura-se demonstrar a sua pertinência enquanto instrumentos actuates sobre comunidades problemáticas. Com esse objectivo recorre-se à fotografia como veículo de aprendizagem para grupos de jovens inseridos em três bairros carenciados. Mais do que resultados finais decorrentes da transmissão de uma panóplia de conhecimentos, busca-se traçar o percurso desenvolvido em termos de sensibilidade estética e social dos jovens convidados a participar no processo. Tais objectivos são passíveis de observação e registo ao longo da experiência descrita nos casos de estudo a envolver três bairros da capital portuguesa através quer dos períodos de aprendizagem directa com transmissão de conhecimentos por especialistas nos diversos tópicos, quer na prática da fotografia por parte dos jovens.

A concretização do projecto, para além da abordagem teórica na área do design e das práticas expositivas, sobretudo no que respeita às práticas de exposição em espaço aberto, permitiu o culminar do processo na organização e elaboração de exposições de fotografias, elaboradas pelos jovens participantes, reflectindo a sua apreensão da realidade dos respectivos bairros e, numa segunda fase de outras áreas urbanas, de molde a levar os seus olhares até outros públicos mais diversificados.

A prática artística da fotografia, cruzada com o design social, poderá contribuir para o conhecimento dos jovens que adi-

ram à experiência facultada, na medida em que expande os seus horizontes e, através da sua relação com a fotografia e a noção do estatuto de agente artístico, induzirá os jovens a perspectivarem a sua pertença à sociedade de um modo mais positivo e alargado.

Embora tendo por base uma amostra seleccionada dentro do universo da área metropolitana de Lisboa, tem-se como objectivo operativo aferir a potencialidade da educação pela arte, concretizada na aplicação de alguns dos princípios gerais do design expositivo para a promoção da acessibilidade da cultura aos grupos sociais mais marginalizados e fomentar a sua inclusão e interacção com a sociedade globalmente entendida.

Em suma, com este projecto pretende-se propor um modelo criativo para a inclusão social em que artistas, *lato sensu*, jovens e comunidade actuem de forma conjugada na utilização de ferramentas conceptuais, artísticas e de aplicação prática que lhes abra oportunidades mais enriquecedoras para o seu futuro.

Ao aplicar os princípios do design na elaboração das fotografias e na organização das exposições, os jovens participantes no projecto descrito nos casos de estudo a envolverem os bairros sociais de Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa Centro e Bairro Novo do Calhariz (Bairro Alto da Boavista) ganharam bases e regras, isto é, métodos de organização de informação e princípios de transmissão factual e estética, susceptíveis de serem utilizados noutras situações. Estas ferramentas, não só artísticas, mas também técnicas e conceptuais, podem propiciar outras aplicações em vários domínios, assim preparando estes núcleos de jovens para serem agentes de mudança da condição social que receberam das gerações anteriores. O design social, perspectivado holisticamente, afirma-se como um instrumento de esperança para a melhoria colectiva.

### **Palavras-Chave**

Fotografia, Exposição, Design Social, Inclusão e Comunidade

## ABSTRACT

This theoretical and practical research aims to promote an educational programme based on the learning and practice of photography as well as the photos exhibition. Several interrelated areas of study, namely, design and especially social design will concur to this study. The purpose of these work consists of promoting social inclusion of groups of young residents in socially problematic urban spaces. This investigation also draws from theoretical approaches on the problematics of the exhibition processes required by the dissemination of any artistic collection in the city.

The concepts of design will be first explored with special focus on the operative definitions of design and communication, of participatory design, and of social design in order to demonstrate their relevance as instruments of intervention on problematic communities. With this aim, photography is used as a learning tool for groups of young people in three deprived communities. More than the final results of the transmission of a wide range of knowledge, the purpose is to trace the progress in aesthetic and social sensibility of the young people invited to participate in the process. These objectives can be observed and recorded throughout the experience described in the case studies involving three communities of the Portuguese capital, both during the periods of the young people's acquisition of knowledge in the various topics, and with their practice of photography.

The project comprehended the theoretical approach in the area of design and exhibition patterns, especially with regard to the practice of open space exhibition, thus allowing the process's culmination with the organisation and preparation of exhibitions of photographs authored by the young participants. These sets of photos reflect the young artists' apprehension of the reality of their respective communities, and in a second phase of other urban areas, so as to convey their views to other more diversified publics.

The artistic practice of photography, associated with social design, may contribute to enhance the knowledge of young people who adhere to the experience since it broadens their horizons. Moreover, by means of their relation to photography and the no-

tion of the creative agent's status, it will induce young people to have a more positively and broader view of society.

Although based on a selected sample within the metropolitan area of Lisbon, the main objective of this work is to assess the potential of education through art by means of the application of some general principles of exhibition design to promote both the accessibility of culture to the most marginalised social groups and their inclusion and interaction with society as a whole.

Briefly, this project aims to design a creative model for social inclusion in which artists, *lato sensu*, young people and the community act together in the use of conceptual, artistic and practical application tools which will pave their way to more enriching opportunities in future.

### **Keywords**

Photography, Exhibition, Social Design, Inclusion and Community

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço à minha orientadora, a Prof<sup>a</sup> Doutora Maria João Pereira Neto, o estímulo que deu ao meu projecto e a confiança que depositou no meu trabalho. O seu acompanhamento foi essencial para a realização da presente tese.

Agradeço, também, à minha madrinha a disponibilidade e incentivo que sempre prestou durante o meu percurso académico.

Ao CIAUD e à Faculdade de Arquitectura, que viabilizaram a investigação inerente ao trabalho em curso e propiciaram um olhar mais alargado sobre as questões vertentes através de suportes e apoios financeiros na ida a conferências nacionais e internacionais, bem como na posterior execução das exposições.

Agradeço, aos formadores Adalberto Santos, Ana Sofia Santos, Carlos Reveles, Filipe Inteiro, José Domingos e Magda Fernandes o contributo dos seus saberes para a boa prossecução do projecto.

Uma palavra de agradecimento, ainda, à Coordenadora do Projecto ALL Artes, Ana Carapinha, à Representante da Associação Espaço Mundo, Vivi Costa, à Coordenadora da Associação Fos, Ana Filipa Flores, à Presidente e ao Vice-Presidente da Associação Recreativa de Moradores e Amigos do Bairro da Boavista, Gilda Caldeira e Joaquim Sousa Pinto, à Coordenadora da Associação Humanitária para a Educação e Apoio ao Desenvolvimento, Joana Lopes e a todos os voluntários desta associação presentes ao longo das sessões de fotografia, à Presidente da Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz Elisete Andrade e ao Sr. Pereira, que em dia de *workshop* estava à porta para me receber. Sem eles não teria sido possível agremiar e cativar os jovens participantes.

Agradeço, também, à Câmara Municipal de Lisboa, nomeadamente aos que me ajudaram no processo de escolha de espaço para exposição e licenciamento de ocupação, nomeadamente, Dra. Laurentina Pereira da Câmara Municipal de Lisboa – Direcção Municipal de Cultura, Dr. Paulo Costa da Câmara Municipal de Lisboa – Director do Departamento de Acção Cultural.

À JCDcaux, nomeadamente, à Dra. Natália Casimiro, Adjunta de Direcção, à Dra. Ana Pires, da Direcção Institucional,

Operacional e do Património, e ao Dr. João Jacob, Controlador de mobiliário urbano, o meu muito obrigada pela cedência e colocação dos materiais de exposição.

À Senhora Vereadora do Pelouro da Habitação e Desenvolvimento Local, Dra. Paula Marques e à Senhora Assessora da Vereadora do Pelouro da Habitação e Desenvolvimento Local, Dra. Floresbela Pinto, desejo agradecer o interesse manifestado e o apoio para a viabilização da segunda mostra de fotografia associada ao projecto.

À Sony, na pessoa do Dr. Filipe Cardoso das Relações Públicas fica o agradecimento pelo empréstimo de material fotográfico.

Ao Dr. Fábio Sousa, Presidente da Junta de Freguesia de Carnide e a toda a sua equipa que colaborou na montagem da exposição na Feira da Luz e do Centro Cultural de Carnide deixo também uma palavra de apreço.

Pelo contributo financeiro e pela disponibilidade e atenção que dedicou a este projecto expresso também a minha gratidão à Dra. Teresa do Santo Cristo Pereira, Vogal do Pelouro da Educação da Junta de Freguesia de Benfica.

Igualmente, estou grata à Dra. Sandra Costa da empresa Serigrafia Rujoca, Lda. Por ter facilitado todo o processo relativo às impressões.

De um modo geral deixo um agradecimento a todos os mais que, de alguma forma, contribuíram para a minha formação académica, que ajudaram a despertar o meu interesse para as temáticas aqui abordadas e, portanto, para o desenvolvimento desta investigação.

Por último, mas não com menor importância, agradeço à minha família a paciência, o carinho e a confiança que sempre depositaram em mim e também ao Alfredo Maria, Gaspar e Baltazar que muita companhia me fizeram, bem como à Gigi pelo convívio das quintas-feiras.

## ÍNDICE DE ABREVIATURAS

**ABC** - American Broadcasting Company

**ASA** - Advertising Standards Authority

**AHEAD** - Associação Humanitária para a Educação e Apoio ao Desenvolvimento

**AMBPC** - Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz

**ARMABB** - Associação Recreativa de Moradores e Amigos do Bairro da Boavista

**ATS** - Auxiliary Training Service (Serviço de Treino de Auxiliares)

**CIAUD** - Centro de Investigação de Arquitectura, Urbanismo e Design

**GAU** - Galeria de Arte Urbana

**ISO** - Sensibilidade Fotográfica

**MUPI** - Mobiliário Urbano para Informação

**PAUL** - Plano de Urbanização da Alta de Lisboa

**REAPN** - Rede Europeia Anti-Pobreza

**TED** - Technology Entertainment Design

**UNESCO** - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

**UPS** - United Parcel Service





## ÍNDICE

<b>RESUMO</b>	i
<b>PALAVRAS-CHAVE</b>	ii
<b>ABSTRACT</b>	iii
<b>KEYWORDS</b>	iv
<b>AGRADECIMENTOS</b>	v
<b>ÍNDICE DE ABREVIATURAS</b>	vii
<b>ÍNDICE</b>	ix
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	xiii

<b>INTRODUÇÃO</b>	1
1. Introdução	1
2. Desenho da Investigação	11
2.1 Problema Investigativo	23
2.1.1 Questões de Investigação	23
2.1.2 Hipóteses de Investigação	23
2.2 Objectivos	25
2.2.1 Objectivos Gerais	25
2.2.2 Objectivos Específicos	25
 <b>1. DESIGN E SUAS DIFERENTES ABORDAGENS</b>	 33
1.1 O Design e o Designer	37
1.2 Design e Comunicação	43
1.2.1 Significado do Design Gráfico	45
1.2.2 Funcionalidades Comunicativas do Design	49
1.2.3 Tendências do Design	53
1.2.4 Design Transdisciplinar e de Colaboração	59
1.3 Design Participativo	63
1.3.1 Comunidade e o Design Participativo	74
1.3.2 Modularidade e Flexibilidade no Design Participativo	78

1.4 Design Social	91
1.4.1 Diversidade no Design Social	104
1.4.2 Estratégias de Envolvimento no Design Social	110
<b>2. FOTOGRAFIA COMO FERRAMENTA SOCIAL</b>	123
2.1 Reflexão sobre as relações entre Fotografia e Design	129
2.2 A Fotografia e o Acto de Fotografar	133
2.3 Design Aplicado à Fotografia	165
2.4 A Fotografia como veículo de Mudança Individual e Colectiva	181
<b>3. MODELOS EXPOSITIVOS NA CIDADE</b>	201
3.1 A Herança da Exposição Museológica	205
3.2 Outras Abordagens Expositivas	217
3.2.1 Exposição em Espaço Aberto	231
3.3 A Cidade: Dinâmicas Sócio-Educativas	247
3.3.1 Educação para a Cidadania	258
<b>4. ANÁLISE DE CASOS DE ESTUDO</b>	271
4.1 Três Bairros Sociais	273
4.2 Planeamento e Desenvolvimento do Projecto	293
4.2.1 Projecto Moro Aqui ao Lado Descrição das Sessões – Primeira Fase	297
4.2.2 Conclusão da Primeira Fase: Análise dos Questionários para Inquérito	326
4.2.3 Projecto Moro Aqui ao Lado Descrição das Sessões – Segunda Fase	379
4.2.4 Conclusão da Segunda Fase: Análise dos Questionários para Inquérito	419
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	441
<b>REFERÊNCIAS</b>	455

## APÊNDICES E ANEXOS

CD

**Apêndice I:** Questionário para Inquérito - Primeira Fase

**Apêndice II:** Questionário - Formadores

**Apêndice III:** Questionário - Jovens Bairro da Boavista

**Apêndice IV:** Questionário para Inquérito - Segunda Fase

**Apêndice V:** Questionário Online

**Anexo I:** Posters

**Anexo II:** Fotografias dos Posters

**Anexo III:** Cubos

**Anexo IV:** Fotografias dos Cubos



## ÍNDICE DE FIGURAS

### Introdução

Figura 1, <i>Processo Investigativo I</i> , Imagem da Autora, 2013	20
Figura 2, <i>Processo Investigativo II</i> , Imagem da Autora, 2013-2018	22

### 1. Design e as suas Diferentes Abordagens

Figura 3, <i>Cartaz “Go on, Jump.”</i> , Canal 4, 2001, (Barnard, 2005, p.2)	44
Figura 4, <i>Logotipo Brooks Brothers</i> , autor desconhecido, s.d., (www.brooksbrothers.com)	49
Figura 5, <i>Cartaz Handtraps</i> , Tom Eckersley, 1940-1950, (Twemlow, 2007, p.7)	54
Figura 6 e 7, <i>Cartaz Your Talk May Kill You Comrades</i> , Abram Games, 1942, (Twemlow, 2007, p.7)	
e <i>Cartaz símbolo National War Fund (Águia Azul)</i> , Charles Coiner, 1943, (Twemlow, 2007, p.9)	55
Figura 8, <i>Cartaz Production: America’s Answer</i> , Jean Carlu e Charles Coiner, 1942, (Twemlow, 2007, p.9)	56
Figura 9 e 10, <i>Identidade e ambiente gráfico interior dos Estúdios New 42nd Street</i> , Paula Scher, 2000, (http://www.pentagram.com)	58
Figura 11, <i>Cartaz chernobyl30+fukushima5</i> , Estúdios Cyan, 2016, (www.cyan.de)	59
Figura 12, <i>Cabine telefónica com balões de diálogo</i> , Ji Lee, 2001, (Twemlow, 2007, p.78)	61
Figura 13 e 14, <i>Balões de diálogo com os pensamentos</i> , Ji Lee, 2001, (http://www.thebubbleproject.com)	61
Figura 15, <i>One Frame of Fame</i> , Jonathan Puckey, 2010, (oneframeoffame.com)	71
Figura 16, <i>Stone Cold Fox - words by Audrey Katherine</i> , Mark Burrier, 2010, (rarewords.org)	71
Figura 17, <i>No Parking Baby on the Dance Floor Baby - words by Judith</i> , Mark Burrier, 2010, (rarewords.org)	72
Figura 18 e 19, <i>MeBox</i> , Graphic Thought Facility, 2002, (www.graphicthoughtfacility.com)	79
Figura 20, <i>Fotograma de um participante</i> , The Johnny Cash Project, 2009, (www.aaronkoblin.com)	80
Figura 21, <i>Site The Johnny Cash Project</i> , 2009, (www.thejohnnycashproject.com)	80
Figura 22, <i>The Thousand Cents</i> , 2008, (www.tenthousandcents.com)	81
Figura 23 e 24, <i>Imagem com pormenor de desenhos dos participantes</i> , The Thousand Cents, 2008, (www.tenthousandcents.com)	81
Figura 25 e 26, <i>Site Splice Today</i> , Nolen Strals e Bruce Willen, 2010, (www.splicetoday.com)	84
Figura 27 e 28, <i>Identidade Corporativa para a 14th International Show of Drawings/Comics</i> , estúdio Mirko Ilic, 1998, (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.90)	85
Figura 29, <i>A Poster Wall for the 21st Century</i> , Lust, 2008, (www.lust.nl /#projects-3041)	87
Figura 30, <i>Scraper light com palavra design</i> , Lust, 2007, (www.lust.nl /scraper/)	88
Figura 31, <i>Scraper Medium com palavra design</i> , Lust, 2007, (www.lust.nl /scraper/)	89
Figura 32 e 33, <i>Fotografia do projecto Unnumbered Sparks</i> , 2014, (www.unnumberedsparks.com)	89
Figura 34, <i>Memorial na Butler Street e Third Avenue</i> , em Brooklyn, autor desconhecido, 2007,	

( <a href="http://www.commartarts.com/column/vision-thing">www.commartarts.com/column/vision-thing</a> )	101
Figura 35, <i>Memorial na Butler Street e Third Avenue</i> , em Brooklyn, autor desconhecido, 2007, ( <a href="http://christophercardinale.com/memorials/trafficmural.html">http://christophercardinale.com/memorials/trafficmural.html</a> )	102
Figura 36, <i>As três lentes do HCD (HUMAN-CENTERED DESIGN)</i> , segundo IDEO.org, Imagem da Autora, 2015	106
Figura 37, <i>Estratégias de Envolvimento no Design Social</i> , segundo Andrew Shea, Imagem da Autora, 2012	111

## 2. Fotografia como Ferramenta Social

Figura 38, <i>Incêndio de Hamburgo</i> , Herman Biow, 1842, (Irle, 2013)	141
Figura 39, <i>Construção do Crystal Palace</i> , Philip Henry Delamotte, s.d., ( <a href="http://www.metmuseum.org">http://www.metmuseum.org</a> )	142
Figura 40, <i>Anúncio Panzani</i> , autor desconhecido, 1964, ( <a href="https://tracesofthereal.com/2009/12/21/the-rhetoric-of-the-image-roland-barthes-1977/">https://tracesofthereal.com/2009/12/21/the-rhetoric-of-the-image-roland-barthes-1977/</a> )	148
Figura 41, <i>Sinal de Stop e frase No Stopping any Time</i> , autor desconhecido, 2012, ( <a href="http://www.drheckle.net/2012/01/no-stopping-any-time.html">http://www.drheckle.net/2012/01/no-stopping-any-time.html</a> )	150
Figura 42, <i>Horóscopo</i> , Duarte Amaral Netto, 2004, (Vilar, C. T. & Carvalho, N. F., 2008, p.47)	150
Figura 43 e 44, <i>Série I can Help</i> , Paul Reas, 1988, ( <a href="http://www.impressions-gallery.com">http://www.impressions-gallery.com</a> )	151
Figura 45, <i>Grande Muralha da China</i> , Joel Santos, 2013, (Santos, 2015)	152
Figura 46, <i>Red Tulips</i> , Japão, Ernst Haas, 1980, ( <a href="http://www.ernst-haas.com">http://www.ernst-haas.com</a> )	154
Figura 47, <i>Deserto de Sal</i> , Etiópia, Joel Santos, s.d., (Santos, 2015, p.66)	156
Figura 48, <i>Nanpu Bridge</i> , Shanghai, Peter Bialobrzeski, 2001, (Koch, 2009, p.314)	159
Figura 49, <i>Priest and nun</i> , Oliviero Toscani, 1991, (Koch, 2009, p.431)	161
Figura 50, <i>White pelicans in the Mississippi Delta</i> , Louisiana, U.S.A., Annie Griffiths Belt, s.d., (Koch, 2009, p.496)	162
Figura 51, <i>Poço Iniciático</i> , Quinta da Regaleira, Sintra, Portugal, Joel Santos, s.d., ( <a href="http://joelsantos.net">http://joelsantos.net</a> )	168
Figura 52, <i>Mount Tabor</i> , beehives, Micha Bar Am, 1981, ( <a href="http://pro.magnumphotos.com">pro.magnumphotos.com</a> )	169
Figura 53, <i>Projecto Siloquies and Soliloquies on Death, Life and Other Interludes</i> , Edgar Martins, 2016, ( <a href="http://www.edgarmartins.com">www.edgarmartins.com</a> )	170
Figura 54, <i>Stilleben mit schwebendem Ei</i> , Walter Peterhans, ca 1930, ( <a href="http://www.van-ham.com">www.van-ham.com</a> )	171
Figura 55, <i>Square of the Vert Galant and Pont-Neuf</i> , Paris, Henri Cartier-Bresson, 1951, ( <a href="http://pro.magnumphotos.com">pro.magnumphotos.com</a> )	172

Figura 56, <i>Local onde o Senhor José Flores trabalhou</i> , José Flores, 2008, (Rodrigues, 2008, p.5)	194
Figura 57, <i>Fotografia do Projecto Olhares em Foco</i> , Quinta do Mocho, Iara Tavares, 2011, ( <a href="http://olharesemfoco.wix.com/projecto">http://olharesemfoco.wix.com/projecto</a> )	195
Figura 58, <i>Fotografia do Projecto Olhares em Foco</i> , Vale do Jequitinhonha, Adriana, 2011, ( <a href="http://olharesemfoco.wix.com/projecto">http://olharesemfoco.wix.com/projecto</a> )	196

### 3. Modelos Expositivos na Cidade

Figura 59, <i>Vista geral da exposição A Terra Vista do Céu</i> , na Praça do Comércio, Fátima Alves, 2004, ( <a href="http://gam-acessibilidade.blogspot.pt/2010/09/exposicao-olhares-tacteis.html">http://gam-acessibilidade.blogspot.pt/2010/09/exposicao-olhares-tacteis.html</a> )	242
Figura 60, <i>Vista da exposição Um de nós/One of Us</i> , autor desconhecido, 2011, ( <a href="https://www.flickr.com/photos/tedxlisboa/6279309931/">https://www.flickr.com/photos/tedxlisboa/6279309931/</a> )	243
Figura 61, <i>Vista de algumas fotografias da exposição Positive Thinking/Pensamento Positivo</i> , Fotografia da Autora, 2012	245

### 4. Análise de Casos de Estudo

Figura 62, <i>Bairros Municipais de Lisboa</i> , Gebalis, Junho de 2011, ( <a href="http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/130856988311zQI1hn4Cl18JM3.pdf">http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/130856988311zQI1hn4Cl18JM3.pdf</a> )	278
Figura 63, <i>Vista do Bairro Alta de Lisboa</i> , autor desconhecido, s.d., (Cordeiro, G. & Figueiredo, T., 2012, p.11)	279
Figura 64, <i>Vista do Centro Social da Musgueira</i> , Fotografia da Autora, 2012	281
Figura 65, <i>Vista do Bairro Alta de Lisboa Centro</i> , Fotografia da Autora, 2012	281
Figura 66, <i>Vista do Bairro Padre Cruz</i> , Gebalis, s.d., ( <a href="http://www.gebalis.pt/site/html/padre_cruz.html">http://www.gebalis.pt/site/html/padre_cruz.html</a> )	284
Figura 67, <i>Vista do Pavilhão Desportivo do Bairro Padre Cruz</i> , Fotografia da Autora, 2012	286
Figura 68, <i>Vista do Bairro Padre Cruz</i> , Fotografia da Autora, 2012	286
Figura 69, <i>Vista do Bairro da Boavista</i> , Gebalis, s.d., ( <a href="http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html">http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html</a> )	288
Figura 70, <i>Vista do Clube Social e Desportivo do Bairro da Boavista</i> , Fotografia da Autora, 2012	289
Figura 71, <i>Vista da Associação de Reformados do Bairro da Boavista</i> , Fotografia da Autora, 2012	290
Figura 72, <i>Cronograma com calendarização do projecto - Primeira e Segunda Fases</i> , Imagem da Autora, 2018	296
Figura 73, <i>Cartão de Identificação com o nome de cada módulo</i> , Imagem da Autora, 2013	298
Figura 74, <i>As flores</i> , Alexandre Guimarães, jovem do Bairro da Alta de Lisboa, 2013	299
Figura 75, <i>Olha mais além</i> , Tânia Rodrigues, jovem do Bairro Padre Cruz, 2013	300
Figura 76, <i>Casas</i> , Elisandra Monteiro, jovem do Bairro da Boavista, 2013	300
Figura 77, <i>A Boavista</i> , Bárbara Abreu, jovem do Bairro da Boavista, 2013	301
Figura 78, <i>Retrato tirado por um jovem do Bairro Alta de Lisboa (tirada durante os workshops)</i> , 2013	302

Figura 79, 80 e 81, <i>Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista com o fotógrafo Adalberto Santos</i> , Fotografias da Autora, 2013	303
Figura 82, 83 e 84, <i>Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista com o fotógrafo Carlos Reveles</i> , Fotografias da Autora, 2013	305
Figura 85, 86 e 87, <i>Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista</i> , Fotografias da Autora, 2013	307
Figura 88, <i>Flor na escuridão</i> , Nelma Varela, jovem do Bairro da Alta de Lisboa (tirada durante os <i>workshops</i> ), técnica pinhole, 2013	309
Figura 89, 90 e 91, <i>Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista</i> , Fotografias da Autora, 2013	310
Figura 92, <i>Sessões do Projecto Moro Aqui ao Lado - Primeira Fase</i> , Imagens da Autora, 2012	313
Figura 93 e 94, <i>Posters do Bairro Padre Cruz – 1º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	315
Figura 95 e 96, <i>Posters do Bairro Padre Cruz – 2º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	316
Figura 97 e 98, <i>Posters do Bairro Padre Cruz – 3º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	317
Figura 99 e 100, <i>Posters do Bairro Alta de Lisboa – 1º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	318
Figura 101 e 102, <i>Posters do Bairro Alta de Lisboa – 2º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	319
Figura 103 e 104, <i>Posters do Bairro Alta de Lisboa – 3º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	319
Figura 105 e 106, <i>Posters do Bairro da Boavista – 1º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	320
Figura 107 e 108, <i>Posters do Bairro da Boavista – 2º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	321
Figura 109 e 110, <i>Posters do Bairro da Boavista – 3º Mupi</i> , Imagens da Autora, 2013	322
Figura 111, 112, 113 e 114, <i>Inauguração da Exposição, no jardim junto ao Museu da Electricidade</i> , Fotografias da Autora, 2013	323
Figura 115, <i>Planta de localização dos mupis da Exposição</i> , Imagem da Autora, 2013	324
Figura 116, <i>Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Padre Cruz – Primeira Fase</i> , 2013	327
Figura 117, <i>Idade dos Jovens do Bairro Padre Cruz – Primeira Fase</i> , 2013	328
Figura 118, <i>Alínea A, B, C, G, H, I e K</i> , 2013	329
Figura 119, <i>Alínea D e J</i> , 2013	330
Figura 120, <i>Alínea E. Gostei de tirar fotografias</i> , 2013	331
Figura 121, <i>Alínea F. Gostei de participar numa exposição de fotografia</i> , 2013	331
Figura 122, <i>Alínea L. Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano</i> , 2013	332
Figura 123, <i>Alínea A. Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem</i> , 2013	334
Figura 124, <i>Alínea B e C</i> , 2013	335
Figura 125, <i>Alínea D e F</i> , 2013	336
Figura 126, <i>Alínea E. Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida</i> , 2013	336
Figura 127, <i>Alínea G e H</i> , 2013	337
Figura 128, <i>Alínea I, J e K</i> , 2013	338



Figura 129, <i>Alíneas A, B, C, D, E e F</i> , 2013	339
Figura 130, <i>Alínea A, B, C, D e H</i> , 2013	340
Figura 131, <i>Alínea E, F, G, I e J</i> , 2013	341
Figura 132, <i>Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Alta de Lisboa – Primeira Fase</i> , 2013	345
Figura 133, <i>Idade dos Jovens do Bairro Alta de Lisboa – Primeira Fase</i> , 2013	345
Figura 134, <i>Alínea A, B, C, G, H, I e K</i> , 2013	346
Figura 135, <i>Alínea D e J</i> , 2013	347
Figura 136, <i>Alínea E. Gostei de tirar fotografias</i> , 2013	348
Figura 137, <i>Alínea F. Gostei de participar numa exposição de fotografia</i> , 2013	348
Figura 138, <i>Alínea L. Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano</i> , 2013	349
Figura 139, <i>Alínea A. Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem</i> , 2013	351
Figura 140, <i>Alínea B e C</i> , 2013	351
Figura 141, <i>Alínea D e F</i> , 2013	352
Figura 142, <i>Alínea E. Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida</i> , 2013	353
Figura 143, <i>Alínea G e H</i> , 2013	353
Figura 144, <i>Alínea I, J e K</i> , 2013	354
Figura 145, <i>Alínea A, B, C, D, E e F</i> , 2013	355
Figura 146, <i>Alínea A, B, C, D e H</i> , 2013	356
Figura 147, <i>Alínea E, F, G, I e J</i> , 2013	357
Figura 148, <i>Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro da Boavista – Primeira Fase</i> , 2013	360
Figura 149, <i>Idade dos Jovens do Bairro da Boavista – Primeira Fase</i> , 2013	361
Figura 150, <i>Alínea A, B, C, G, H, I e K</i> , 2013	362
Figura 151, <i>Alínea D e J</i> , 2013	363
Figura 152, <i>Alínea E. Gostei de tirar fotografias</i> , 2013	364
Figura 153, <i>Alínea F. Gostei de participar numa exposição de fotografia</i> , 2013	364
Figura 154, <i>Alínea L. Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano</i> , 2013	365
Figura 155, <i>Alínea A. Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem</i> , 2013	367
Figura 156, <i>Alínea B e C</i> , 2013	368
Figura 157, <i>Alínea D e F</i> , 2013	368
Figura 158, <i>Alínea E. Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida</i> , 2013	369
Figura 159, <i>Alínea G e H</i> , 2103	369
Figura 160, <i>Alínea I, J e K</i> , 2013	370
Figura 161, <i>Alíneas A, B, C, D, E e F</i> , 2013	371
Figura 162, <i>Alínea A, B, C, D e H</i> , 2013	372
Figura 163, <i>Alínea E, F, G, I e J</i> , 2013	373

Figura 164, 165 e 166, <i>Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Alta de Lisboa desde a rotunda do Marquês de Pombal até à zona do Rossio</i> , Fotografias da Autora, 2013	384
Figura 167 e 168, <i>Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Boavista a Belém, Alfama e Castelo</i> , respectivamente, Fotografias da Autora, 2013	385
Figura 169 e 170, <i>Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Boavista à zona da Baixa</i> , Fotografias da Autora, 2013	385
Figura 171 e 172, <i>Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Alta de Lisboa à zona da Baixa e de Alfama</i> , Fotografias da Autora, 2013	386
Figura 173, 174 e 175, <i>Jovens do Bairro da Boavista a fazer estudo do cubo e a escolher as fotografias</i> , Fotografias da Autora, 2013	387
Figura 176 e 177, <i>Passeio fotográfico com os jovens do Bairro Padre Cruz à zona da Belém</i> , Fotografias da Autora, 2013	388
Figura 178, 179 e 180, <i>Jovens do Bairro Padre Cruz a escolher e legendar fotografias</i> , Fotografias da Autora, 2013	388
Figura 181 e 182, <i>Jovens do Bairro Padre Cruz a montar faces do cubo e a escolher mais alguns elementos para o layout final</i> , Fotografias da Autora, 2013	389
Figura 183, 184 e 185, <i>Jovens do Bairro da Boavista a montar faces do cubo</i> , Fotografias da Autora, 2013	389
Figura 186, <i>Sessões do Projecto Moro Aqui ao Lado - Segunda Fase</i> , Imagens da Autora, 2013	390
Figura 187, 188 e 189, <i>Inauguração da exposição de fotografia no Centro Cultural de Carnide</i> , Fotografias da Autora, 2014	392
Figura 190, <i>Caminhar com Style</i> , Sandra Rodrigues, 12 anos, Bairro Padre Cruz, 2013	393
Figura 191, <i>Entrem Connosco</i> , Inês Pereira, 14 anos, Bairro Padre Cruz, 2013	394
Figura 192, 193 e 194, <i>Inauguração da exposição de fotografia com o tema Lisboa</i> , Assembleia Municipal de Lisboa, Fotografias da Autora, 2014	395
Figura 195 e 196, <i>Exposição de fotografia com o tema Lisboa</i> , Feira da Luz – Carnide, Fotografias da Autora, 2014	395
Figura 197 e 198, <i>Exposição de fotografia com o tema Lisboa</i> , Feira da Luz – Carnide, Fotografias da Autora, 2014	396
Figura 199, <i>Cubo de Apresentação do Projecto</i> , Imagem da Autora, 2014	398
Figura 200, <i>Face Superior do Cubo de Apresentação do Projecto</i> , Imagem da Autora, 2014	399
Figura 201, <i>Face Frontal do Cubo</i> , Imagem da Autora, 2014	399
Figura 202, <i>Face Lateral Direita do Cubo</i> , Imagem da Autora, 2014	400
Figura 203, <i>Face Lateral Esquerda do Cubo</i> , Imagem da Autora, 2014	401
Figura 204, <i>Face Traseira do Cubo</i> , Imagem da Autora, 2014	401
Figura 205, <i>Cubo com frases dos jovens</i> , Imagem da Autora, 2014	402
Figura 206, <i>Face superior do cubo com frases dos jovens</i> , Imagem da Autora, 2014	402

Figura 207, <i>Face frontal do cubo com frases dos jovens</i> , Imagem da Autora, 2014	403
Figura 208, <i>Face lateral direita do cubo com frases dos jovens</i> , Imagem da Autora, 2014	404
Figura 209, <i>Face lateral esquerda do cubo com frases dos jovens</i> , Imagem da Autora, 2014	404
Figura 210, <i>Face traseira do cubo com frases dos jovens</i> , Imagem da Autora, 2014	405
Figura 211, <i>Cubo do Bairro Padre Cruz</i> , Imagem da Autora, 2014	406
Figura 212, <i>Face Superior do Cubo do Bairro Padre Cruz</i> , Imagem da Autora, 2014	406
Figura 213, <i>Face Frontal do Cubo do Bairro Padre Cruz</i> , Imagem da Autora, 2014	407
Figura 214, <i>Face Lateral Direita do Cubo do Bairro Padre Cruz</i> , Imagem da Autora, 2014	408
Figura 215, <i>Face Lateral Esquerda do Cubo do Bairro Padre Cruz</i> , Imagem da Autora, 2014	408
Figura 216, <i>Face Traseira do Cubo do Bairro Padre Cruz</i> , Imagem da Autora, 2014	409
Figura 217, <i>Cubo do Bairro Alta de Lisboa</i> , Imagem da Autora, 2014	410
Figura 218, <i>Face Superior do Cubo do Bairro Alta de Lisboa</i> , Imagem da Autora, 2014	411
Figura 219, <i>Face Frontal do Cubo do Bairro Alta de Lisboa</i> , Imagem da Autora, 2014	412
Figura 220, <i>Face Lateral Direita do Cubo do Bairro Alta de Lisboa</i> , Imagem da Autora, 2014	412
Figura 221, <i>Face Traseira do Cubo do Bairro Alta de Lisboa</i> , Imagem da Autora, 2014	413
Figura 222, <i>Face Lateral Esquerda do Cubo do Bairro Alta de Lisboa</i> , Imagem da Autora, 2014	414
Figura 223, <i>Cubo do Bairro da Boavista</i> , Imagem da Autora, 2014	414
Figura 224, <i>Face Superior do Cubo do Bairro da Boavista</i> , Imagem da Autora, 2014	415
Figura 225, <i>Face Frontal do Cubo do Bairro da Boavista</i> , Imagem da Autora, 2014	416
Figura 226, <i>Face Lateral Direita do Cubo do Bairro da Boavista</i> , Imagem da Autora, 2014	417
Figura 227, <i>Face Lateral Esquerda do Cubo do Bairro da Boavista</i> , Imagem da Autora, 2014	418
Figura 228, <i>Face Traseira do Cubo do Bairro da Boavista</i> , Imagem da Autora, 2014	418
Figura 229, <i>Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Padre Cruz – Segunda Fase</i> , 2013	420
Figura 230, <i>Idade dos Jovens do Bairro Padre Cruz – Segunda Fase</i> , 2013	420
Figura 231, <i>Alínea A, B, C e F</i> , 2014	422
Figura 232, <i>Alínea D. Gostei de tirar fotografias</i> , 2014	422
Figura 233, <i>Alínea E e G</i> , 2014	423
Figura 234, <i>Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Alta de Lisboa – Segunda Fase</i> , 2013	425
Figura 235, <i>Idade dos Jovens do Bairro Alta de Lisboa – Segunda Fase</i> , 2013	425
Figura 236, <i>Alínea A, B, C e F</i> , 2014	426
Figura 237, <i>Alínea D. Gostei de tirar fotografias</i> , 2014	427
Figura 238, <i>Alínea E e G</i> , 2014	428
Figura 239, <i>Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro da Boavista – Segunda Fase</i> , 2013	430
Figura 240, <i>Idade dos Jovens do Bairro da Boavista – Segunda Fase</i> , 2013	431
Figura 241, <i>Alínea A, B, C e F</i> , 2014	432
Figura 242, <i>Alínea D. Gostei de tirar fotografias</i> , 2014	432
Figura 243, <i>Alínea E e G</i> , 2014	433

## **Considerações Finais**

Figura 244, *Modelo de Design para a Inclusão Social*, Imagem da Autora, 2016 448

Figura 245, *Muro*, autor desconhecido, s.d.,  
(<http://ceafa.com.br/blog/wp-content/uploads/buraco-no-muro.jpg>) 451





# Introdução

---





## 1. INTRODUÇÃO

Esta investigação teórica e prática pretende aliar diversas áreas e interligá-las através de um conceito de design enquanto factor presente nas vivências sociais, de consumo e estéticas que pautam os quotidianos da contemporaneidade. No âmbito do design, destaca-se o design participativo e social, na medida em que permite associar uma abordagem criativa a um desígnio sociológico, neste caso concretizados pela aprendizagem e pelo exercício da fotografia tendo por objectivo a inclusão de jovens potencialmente desfavorecidos pelas contingências decorrentes dos espaços onde habitam e as oportunidades, ou falta delas, que daí decorrem. O estigma suscitado pelo espaço comunitário em que nasceram e onde crescem, o bairro, leva estes jovens a insularizarem-se, desenvolvendo-se de forma isolada da comunidade urbana mais vasta em que se inserem.

O design, através das suas áreas mais específicas, como o design de comunicação e o design social, dá a possibilidade de construir ferramentas de trabalho para ajudar a resolver, ou a minimizar os problemas causados pelo preconceito da sociedade relativamente a alguns dos seus habitantes. Por outro lado, a educação pela arte ou, mais especificamente, por técnicas de expressão e representação como a fotografia, permite uma leitura e consequente integração na tessitura social mais fácil e, sobretudo, mais consciencializada.

A parte prática desta investigação surgiu do reconhecimento da realidade vivencial dos jovens pertencentes aos comumente designados por “bairros sociais” e a determinação de contribuir para projectos de vida mais ricos através da educação pela arte. O fechamento desses jovens nas suas respectivas comunidades de bairro e a consequente marginalização de que são habitualmente alvo por parte dos grupos sociais urbanos externos constitui não só um sintoma de “doença urbana”, como pode induzir a actos de repúdio do colectivo alargado. Teve a investigadora a oportunidade de tomar conhecimento destas realidades através de acções informais, mas regulares de voluntariado e, mais tarde, de actividade lectiva no seio de uma destas comunidades.

Assim, gradualmente foi tomando consciência de uma circunstância social, com características discriminatórias, insularizada na sociedade citadina mais lata. Pareceu, pois, à investigadora que dar a conhecer aos jovens de bairros com tais características uma actividade e um saber que os ajudasse a materializar algo que até aí permanecera indizível de uma forma simples e rápida poderia contribuir para alterar a sua realidade. Capturar uma imagem, fazer uma fotografia, é dos actos criativos aparentemente mais singelos e com uma imediaticidade de resultados que quase garantia a adesão, e até o entusiasmo, dos convidados a tal exercício.

Nascia assim o projecto de levar a jovens de bairros sociais rotulados de problemáticos o contacto e a prática da fotografia, transformando-os em “agentes artísticos” e, ao mesmo tempo, fazendo-os olhar o seu bairro de uma forma nova, mais consciencializada e depois incitá-los a partir para outras descobertas:

1] T.L de: Design can and must become a way in which young people can participate in changing society

O design pode e deve tornar-se uma via para os jovens poderem participar numa sociedade em mudança<sup>1</sup> (Papanek, 2009, p. xiii-xiv).

O reconhecimento do design como elo entre várias áreas deve-se à experiência empírica e formativa da investigadora provinda das reflexões anteriormente desenvolvidas na sua dissertação de Mestrado, tendo por tema principal a fotografia e, nomeadamente, as relações entre a arte contemporânea e o tecido social, assim como as suas estratégias de comunicação e esclarecimento. Assim, surgiu a oportunidade de aplicar o conhecimento previamente adquirido a uma causa social que se lhe afigurava merecedora de todo o empenho. Gradualmente delineou-se um projecto que implicava trabalho de campo em diversas áreas de forma a criar algo inovador e oportuno para ultrapassar as discrepâncias sociais que se testemunham na conjuntura actual.

2] JR (1983-), assinatura habitual do artista Jean René, que se auto-intitula "photographeur", um misto de fotógrafo com artista urbano.

Todavia, ficou desde cedo patente a necessidade de alicerces teóricos que sustentassem o referido projecto, de modo a que ele pudesse efectivamente concretizar-se com sucesso. A inspiração surgiu, numa primeira fase, das obras do fotógrafo JR<sup>2</sup>, em que ele utiliza o planeta como galeria de arte, exibindo nas ruas de

todo o mundo, captando a atenção dos indivíduos que normalmente não visitam museus para temáticas que exploram questões das identidades individuais e colectivas. A essência do trabalho de JR é criar dúvidas, misturando arte e acção, lidando com o compromisso, a liberdade, a identidade e os seus limites. Centrado, sobretudo na fotografia retratista, durante um dia as pessoas fotografadas por JR tornam-se modelos e/ou artistas, não havendo uma fase que separe os “modelos” dos espectadores. As exposições são feitas primeiro localmente e posteriormente as imagens são levadas para outras cidades, como Londres e Nova Iorque onde o público as interpreta à luz da sua própria experiência pessoal.

Neste projecto procurou-se aplicar idêntica metodologia aos jovens de bairros seleccionados para o projecto. Eles actuaram como artistas fotógrafos e, por vezes, modelos, mas, sobretudo sempre espectadores da sua própria obra e da dos seus colegas. Também eles viram o produto da sua arte exibido localmente e visionado tanto por outros habitantes dos seus bairros, como por cidadãos exteriores a esses espaços. Assim, estes jovens artistas puderam ter uma experiência expositiva e até de interagir com os procedimentos requeridos pelo trabalho organizativo de uma exposição. Exibir as obras criadas pelos jovens em locais exteriores ao bairro e com bastante circulação de pessoas de vários estratos sociais é um passo para que os preconceitos se desvançam, dando assim oportunidade aos participantes do projecto de serem aceites de um modo mais isento e aberto.

Marco Berrebi (2009, p.9), considera que o artista não está sozinho e que todas as pessoas do mundo podem fazer parte do processo criativo adicionando comentários e mesmo conteúdo a uma peça inicial. JR, nos seus trabalhos, é exemplo disso mesmo, chamando o público a reparar na dor ou na alegria, na esperança ou no arrependimento das pessoas retratadas. A presente investigação espelha esta metodologia, visando chamar a atenção para os jovens dos bairros e o que eles retrataram, na expectativa de uma compreensão mútua mais lúcida e harmoniosa. Em suma, procura-se encurtar, se não anular a distância entre o Eu ou o Nós e o Outro<sup>3</sup>. Nada melhor do que uma imagem para ferir os sentidos até ao despertar das emoções e do juízo racional. E nada

3] Para o aprofundamento do conceito de Outro consulte-se Bennett, T., Grossberg, L. & Morris M. (2008). "Other". *New Keywords- A Revised Vocabulary of Culture and Society*. Londres: Blackwell Publishing, p.249-251.

4] T.L. de: otherness is regarded (...) as fundamental to the cultural, political life of cities.

melhor que o Outro para alargar os horizontes culturais de uma sociedade. Aliás, “a alteridade é considerada fundamental para a vida política e cultural das cidades”<sup>4</sup> (Bennett *et al.*, 2008, p.251).

O passado recente tem sido testemunha de certas mudanças tecnológicas, algumas com um enorme impacto sobre a nossa vida e, certamente, sobre o modo de fazer arte. Embora amiúde se atribua a essas tecnologias a tendência para o isolamento entre indivíduos, a inversa também se verifica, na medida em que outras formas de comunicação podem ser estabelecidas. O mais importante, porém, é utilizar tecnologias mais ou menos recentes e colocá-las ao serviço dos indivíduos e das comunidades.

É neste sentido que a fotografia, uma tecnologia de captação de imagem que já provém do século XIX, ainda que evidencie uma evolução tecnológica recente, continua a ser uma ferramenta essencial, tanto na criação artística, como para alavanca de inclusão social. Os jovens como indivíduos em fase de desenvolvimento e, portanto, susceptíveis a serem modelados, constituem um grupo etário favorável para captar e aproveitar o que lhes é ensinado e, assim, passível de adquirir mais facilmente novos hábitos.

Partindo de tais pressupostos a investigadora recorreu para o presente trabalho à sua experiência de ensino do 3º Ciclo em diferentes estabelecimentos de ensino, envolvendo alunos de classes sociais díspares, para desenvolver um projecto destinado a esbater as diferenças sociais existentes em Portugal através do conhecimento e da prática da fotografia. Para tal, focalizou-se na perspectiva do designer cuja missão estruturante é correlacionar os diferentes elementos envolvidos num projecto, incutindo e desenvolvendo em cada um as suas potenciais vocações e competências e buscando ao longo do processo construir relações harmoniosas na prossecução das tarefas e nos objectos propostos.

Tal como disse o designer Francisco Providência numa entrevista a Margarida Fragoso em *Design Gráfico em Portugal - Formas e expressões da cultura visual do século XX* (2012) o designer autor define a sua vocação do seguinte modo: “antever modos de existência – propondo-se participar na construção de uma sociedade melhor, através da beleza” (p.181). As palavras de Francisco Providência reflectem bem o desígnio desta investigação que pre-

tende capacitar os jovens para actuarem em projectos de melhoria da sua comunidade e da sociedade em geral. O objectivo visado não se limita à chamada “beleza” visual, visando antes a concretização de um Modelo de Design para a Inclusão Social, em que os parâmetros estéticos surgem associados a preocupações sociais.

Todavia, e concordando com o designer Henrique Cayatte (Fragoso, 2012, p.195), em Portugal existe “uma deficientíssima percepção do que é o design”, considerando mesmo que o nosso país tem poucas elites e está pouco preparado para ultrapassar a percepção confusa que têm de design e arte. Assim, no que respeita à arte Cayatte sublinha:

o objecto artístico tem que ser uma sedução, e essa sedução pode ser ao coração ou pode ser à razão ou pode ser aos dois ao mesmo tempo, e os instrumentos de avaliação de fruição de uma peça de arte não são suficientemente claros no coração e na cabeça das pessoas (Fragoso, 2012, p.195).

Já no que concerne ao design, Cayatte afirma que a comunidade e a sociedade têm de compreender a sua utilidade social. “Como as pessoas estão rodeadas de objectos, umas, num nível um pouco superior, conseguem perceber a distinção entre um objecto de qualidade, nas suas diferentes variáveis funcionais, estéticas, etc., e um objecto de não qualidade” (Fragoso, 2012, p.195). Porém, Cayatte denuncia a incompreensão de muitos relativamente aos factores estéticos e funcionais, chamando a atenção para o facto de que apenas o factor custo ou preço do objecto permanecer como indicativo de qualidade para a maioria do público português. Seguindo esta linha de raciocínio, um objecto de baixo custo será avaliado como de deficiente qualidade, apreciação que leva a que essa maioria impreparada o rejeite. Na verdade, Cayatte aponta o erro que parece perpetuar-se em termos nacionais que é entender o design como algo restrito a grupos privilegiados: “um equívoco gravíssimo foi considerar que o design é uma coisa de elites. São estas algumas das incompreensões que ainda subsistem no design em Portugal” (Fragoso, 2012, p.195).

A esta falta de coerência em Portugal quanto ao significa-

do do design aliam-se o progresso e a diversificação que têm vindo a ser incluídos no seu âmbito conceptual, acarretando maiores dificuldades quanto à sua definição. Como dizem Maria Helena Souto e Fernando Brízio, “o território do design é fragmentado e diversificado, há uma expansão dos campos de actuação, fazendo com que a cartografia do presente muitas vezes não possa ser desenhada a partir das divisões disciplinares tradicionais do design.” (Souto & Brízio, 2014, p.5).

Como se verá mais à frente no capítulo I, o design pode ser entendido em quatro acepções diferentes; seja como área de estudo ou disciplina; seja como acção ou processo; como conceito, proposta ou plano; e ainda, como resultado do processo de design. Acresce que tais repartições conceptuais e metodológicas muitas vezes não encontram eco nas utilizações do termo no quotidiano, o que pode ensombrar a clareza e a pertinência desta área de estudo e de aplicação estético-utilitária.

Design, na presente investigação, é visto como um processo de aprendizagem teórica e prática de uma determinada disciplina, a fotografia neste caso, para atingir um fim de índole social que reverberará em melhorias vivenciais a nível do indivíduo e da sua comunidade. No caso de estudo aqui abordado o processo foi desenvolvido com um grupo de jovens, centrando-se na aprendizagem de princípios do design aplicados à fotografia, ou seja, conceitos que são empregues tanto no design como o podem ser na fotografia. Concretamente, além da aprendizagem sobre princípios técnicos da fotografia, aplicou-se esse conhecimento na procura de imagens representativas dos bairros a que o grupo de jovens pertencia, imagens que incluíram a procura da “beleza” visual referida pelo designer Francisco Providência, mas também uma interpretação da fracção de realidade captada. Tal como Eisner (2004) diz “as artes oferecem uma plataforma para ver as coisas de maneiras distintas de como se vêem normalmente”<sup>5</sup> (Eisner, 2004, p.112).

Num segundo momento, o planeamento e a execução de, pelo menos, uma exposição urbana de fotografia, desenvolveu sentidos de co-relacionamento emergentes do trabalho em equipa a serem eventualmente repercutidos em outras acções comunitárias. Também as noções de organização espacial e de uma área

5] T.L de: Las artes ofrecen una plataforma para ver cosas de maneras distintas a como se ven normalmente.

urbana mais vasta que a imediaticidade comunitária lhes dera a conhecer até aí constituem objectivos norteadores deste trabalho.

Na verdade, Eisner (2004) considera que as artes são um meio muito importante de desenvolvimento do pensamento, seja este complexo ou simples, e têm como principal objectivo fazer ver o mundo de uma nova perspectiva. Desenvolvem diversos atributos no ser humano que posteriormente serão úteis na sua vida pessoal e profissional. Logo, é relevante os jovens desde cedo serem estimulados pois, para além da educação pela arte, desenvolver a capacidade de iniciativa e a criatividade estimula a imaginação, a destreza, a capacidade de planificação, bem como ajuda à existência de cooperação entre os jovens.

Efectivamente, o design está relacionado com todas as vertentes da vida social, integrado na educação pela arte e influenciando as nossas experiências sensoriais, nomeadamente as visuais, tácteis e outras, para além das emocionais e comportamentais. O design afirma-se, pois, um instrumento privilegiado para comunicar e para promover a mudança numa sociedade devido ao poder intrínseco e subtil de agir sobre os indivíduos.

À semelhança do designer José Brandão<sup>6</sup>, quando declara que “o design aparece, exactamente, porque conciliei a minha ideologia com a minha vontade de intervir esteticamente”, também nesta investigação se pretende conciliar as ideologias da investigadora com a vontade de intervir, não só estética como socialmente. José Brandão afirma mesmo, a este propósito que com o design se reviu:

numa actividade nova, altamente conspirativa, porque ela, em si própria, também era uma forma de intervir. Sempre considerei que as questões sociais não são só ideológicas: não basta acreditar que o socialismo vai resolver um problema quando ele chegar. Não! Nós temos que ter uma atitude coerente, uma prática diária que se coaduna com o nosso pensamento (Fragoso, 2012, p.234).

Na esteira desta reflexão, através do design, que já por si é uma forma de intervir, pode adoptar-se uma postura coerente e

6] José Brandão (1944-) é um designer português com actividade desde 1961, membro da Academia Nacional de Belas Artes, docente universitário entre 1970 e 2011 e Professor Emérito da Universidade de Lisboa em 2017.

dinâmica não tentando apenas remediar um problema existente, mas contribuindo para a sua boa resolução através do trabalho com jovens, mais abertos a novas ideias e mais otimistas relativamente à mudança. Porém, nem sempre os jovens de bairros desfavorecidos correspondem a esta expectativa, não se mostrando por vezes receptáculos fáceis das ideias providas de interlocutores exteriores porque carregam um estigma, fruto de preconceitos da sociedade envolvente, mas alheia ao concreto comunitário, fazendo com que sofram inúmeras decepções por não verem o seu mérito reconhecido. O distanciamento entre os cidadãos externos aos bairros e os seus jovens habitantes é um dos desafios que desde logo se coloca ao designer na medida em que deverá assumir o papel do mediador e do tradutor das duas diferentes realidades.

Creio que, no acto de viver, a descoberta de nós mesmos é feita simultaneamente à descoberta do mundo que nos rodeia, que nos pode moldar, mas que pode também ser afectado por nós. Deve estabelecer-se um equilíbrio entre estes dois mundos – o mundo dentro e fora de nós. Como resultado de um processo recíproco constante ambos estes mundos acabam por formar um só. E é este mundo que nós devemos transmitir<sup>7</sup> (Cartier-Bresson, 1952, p.xvi).

7] T.L. de: I believe that, through the act of living, the discovery of oneself is made concurrently with the discovery of the world around us which can mold us, but which can also be affected by us. A balance must be established between these two worlds – the one inside us and the one outside us. As the result of a constant reciprocal process, both these worlds come to form a single one. And it is this world that we must communicate.

8] Henri Cartier-Bresson (1908-2004) famoso fotógrafo francês, fundador da agência fotográfica *Magnum*, cuja obra apresenta um espírito de intervenção política e social.

O Modelo de Design para a Inclusão Social parece responder ao desígnio expresso por Cartier-Bresson<sup>8</sup>, na medida em que pretende, precisamente, fomentar um processo de mudança social com base na acção a desenvolver com grupos de jovens através da transmissão dos princípios do design e da aplicação na fotografia para produzir resultados coerentes e duradouros.

A combinatória de ensino de teorias e conceitos essenciais à produção da imagem fotográfica, recorrendo a diversos especialistas nas matérias, e a prática de fotografar, primeiramente em ambiente conhecido e depois em espaço mais alargado, permitiu o desenvolvimento de capacidades cognitivas e interpretativas do meio vivencial, bem como a crescente tomada de consciência de uma cidade maior, prenhe de oportunidades de que estes jovens poderão vir a usufruir. As exposições da sua produção fotográfica



em diversos locais da cidade constituíram uma primeira etapa de alcance dos objectivos propostos: os jovens puderam rever-se na sua obra e puderam constatar o apreço de um público que lhes era até então desconhecido. O próprio design das exposições reflectiu este diálogo intra-comunidade e com o mundo para além dela.

A metodologia criada para o processo vertente e todos os resultados até aqui passíveis de serem apurados remetem, desde já, para um sentido de urgência quanto à definição do papel do design, não só nas suas componentes publicitárias e comerciais mais óbvias na actualidade consumista, mas as suas vantagens na construção de uma sociedade e de uma cultura mais harmoniosa e capaz de progresso intelectual e social.

Como disse o heterónimo de Fernando Pessoa, “Porque eu sou do tamanho do que vejo/E não, do tamanho da minha altura...” (Caeiro, 2007), há, portanto de deixar ver aos jovens para que o horizonte se lhes rasgue.



## 2. DESENHO DA INVESTIGAÇÃO

Este projecto de investigação na área de Design tem como responsável pela orientação a Sra. Prof<sup>a</sup> Doutora Maria João Pereira Neto e, sempre numa perspectiva académica, contou também com a colaboração expressiva de indivíduos de diversas áreas que convergem para o tema a investigar, entre os quais designers, fotógrafos, assistentes sociais, líderes de associações, museólogos, entre outros.

A metodologia a aplicar será mista, isto é, de análise qualitativa e quantitativa da base interventiva e interveniente (Creswell, 2009 e Dawson, 2012), em que a observação será o seu principal constituinte.

Numa primeira fase procedeu-se a um estudo preliminar, que se baseou numa investigação teórica e empírica para compreender melhor o fenómeno em estudo, o que possibilitou a elaboração das questões de investigação. As técnicas de recolha de informação decorreram da consulta da bibliografia mais pertinente sobre a matéria e, no que respeita aos casos de estudo, proveio de entrevistas informais e inquéritos estruturados, constituindo sempre a observação a componente principal. Também foi recolhida informação junto de fontes qualificadas de diversos domínios teóricos e práticos, entre os quais: Design, Fotografia, Educação pela Arte, Exposição e Estudos de Cidade.

A consulta da bibliografia centrou-se em algumas áreas-chave, nomeadamente o design, a fotografia e os modelos expositivos, que posteriormente foram subdivididas de forma a que se desenvolvesse melhor cada matéria.

No que respeita à organização formal da tese, adoptou-se uma estrutura comum em trabalhos desta natureza, dividindo-se a tese em capítulos e subcapítulos que, para além da Introdução e das Considerações Finais estabelecem campos específicos inerentes à temática desenvolvida.

Assim, os primeiros três capítulos, Capítulo I – Design e as suas diferentes abordagens, Capítulo II – A Fotografia como Ferramenta Social e Capítulo III – Modelos Expositivos na Cidade, contemplam os três planos conceptuais necessários para o

bom enquadramento do tema que norteia esta tese e que alia o design à fotografia, as teorias e práticas de exibição de objectos artísticos para que, no seu conjunto, contribuam para a inclusão social de membros da sociedade até aí alvo de marginalização ou isolamento. Já o Capítulo IV - Análise de Casos de Estudo, remete para planos operativos e de aplicação prática dos pressupostos antes explanados.

Após a Introdução que, dado o seu carácter preambular é o espaço dedicado ao enquadramento do tema e onde se explicitam algumas das premissas que alicerçam o desenvolvimento do trabalho, o Capítulo I - “Diferentes Abordagens do Design” incide, como o título indica, na exploração do conceito de design.

Aplicaram-se os pressupostos enunciados por Chick & Micklethwaite (2011) no que respeita à sua definição operatória e às suas diferentes interpretações para determinar os significados e a sua aplicação neste trabalho. Com base na ênfase colocada por Friedman & Stolterman (2015) realçou-se o papel do designer enquanto agente de uma construção intelectual e de uma interacção com comunidades mediante instrumentos especializados. Trata-se de uma perspetivação pró-activa que remete para o desempenho do designer face às condições físicas, ambientais e contextuais com que se depara para realizar o seu projecto e também a sua relação com a própria substância a renovar ou a alterar.

No que toca ao domínio do design e da comunicação e ao design gráfico, recorreu-se sobretudo a Barnard (2005) para determinar a importância dos elementos gráficos e comunicacionais que viriam a ser aspectos a ter em conta na fase de aplicação prática nos casos de estudo desenvolvidos em cada bairro. Considerando que a ferramenta estética e pedagógica utilizada foi a fotografia, cedo se tornou claro o papel essencial do design gráfico no processo em construção.

Ainda neste primeiro capítulo, a noção de design participativo exigiu uma pesquisa mais exaustiva na procura de elementos em que se pudesse alicerçar a vertente prática do projecto devido à parca bibliografia existente a nível global. Contudo, foi possível recorrer a autores considerados de referência neste âmbito, Robertson e Simonsen, que publicaram diversos artigos so-

bre o tema, como por exemplo: “Participatory Design: An introduction” (2013); também se tomou em apreciação artigos como “Ethics: engagement, representation and politics-in-action” (2013) e “Methods: organising principles and general guidelines for Participatory Design projects” (2013) em que Robertson e Simonsen colaboraram com outros autores, neste caso Wagner, Bratteteig, Bodker, Dittrich e Mogensen. Na verdade, eles foram os grandes impulsionadores da existência da conferência bienal sobre design participativo que se realiza desde 1990 nas mais diversas cidades a nível mundial e que tem um importante papel na discussão internacional das dimensões colaborativa, social e política da inovação tecnológica e do seu uso.

Mais recentemente, já na presente década do século XXI, Robertson e Simonsen deixaram de se focalizar tanto nas questões tecnológicas implicadas no design participativo, tendo ampliado as suas abordagens participativas a outras áreas como a saúde, os novos meios de comunicação, a arquitectura e as artes, percurso que se revelou de grande pertinência para a presente tese.

Numa outra perspectiva, Armstrong & Stojmirovic (2011) salientam no design participativo as suas características de modularidade e flexibilidade, considerando a tecnologia como ferramenta subjacente à criatividade partilhada por comunidades reais ou virtuais, aspectos que viriam a estruturar a noção de partilha de visões e representações ilustradas nas fotografias dos participantes nos projectos desenvolvidos.

O design social constitui ainda um campo conceptual pouco explorado, o que acarreta dificuldades, em termos de fontes bibliográficas, em que ele seja devidamente distinguido do design participativo. Ainda assim, nas décadas de 1960 e 70, Victor Papanek, na sua obra *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (2009, publicada originalmente em 1971), faz referência ao tema das responsabilidades sociais e morais do designer, considerando que o design é um instrumento poderoso que pode moldar o homem e a sociedade.

Recorreu-se também aos estudos de Manzini em *Design, When Everybody Designs* (2015), que não só diferencia os referidos campos conceptuais, como determina ainda a sua distância e

afinidade do design para a inovação social. Apesar da reconhecida dificuldade em estabelecer uma definição única de design social, o autor clarifica a questão ao enunciar os seus focos de intervenção: situações particularmente problemáticas, como a pobreza extrema, a doença, ou a exclusão social (...), em que tanto o mercado como o Estado não conseguem encontrar soluções (Manzini, 2015).

A linha de pensamento de Manzini parece radicar em pressupostos sociológicos mais recuados e na acção solidária dos que actuam em comunidades, aquilo a que Émile Durkheim (1897/1951) designou por solidariedade mecânica. Já Lasky (2013) considera que o design socialmente responsável abrange três pilares de qualidade de vida: social, ambiental e económico. Também Fuad-Luke (2009) tem uma concepção semelhante de design social, apesar dos diferentes termos que este pode acolher, considerando-o um processo destinado a satisfazer as necessidades humanas e a promover a melhoria da “qualidade social”.

Koskinen & Hush (2016) defendem que as motivações podem variar de designer para designer, bem como as ferramentas conceptuais e teóricas, sendo o esteio ideológico que serve de base ao design social. Estes autores distinguiram três abordagens de design social: design social utópico, design social molecular e design social sociológico.

Shea (2012), por seu turno, define as estratégias de envolvimento do design social, enquanto Emerson (2008) enfatiza a relação entre designer e comunidades recorrendo ao exemplo do ensino da utilização de ferramentas como forma de expressar opiniões, emoções e, inclusive, resolver necessidades do bairro e da comunidade.

Já Mossayeb (2016) salienta a reconhecida diversidade do design social e a relevância dos contextos, pois se algumas necessidades parecem ser universais, outras variam consoante as culturas e até os grupos no seio de cada cultura, factos que o designer deve ter em mente ao desenvolver um projecto.

O Capítulo II denominado “Fotografia como Ferramenta Social” é dedicado à fotografia, verificando-se, neste caso, uma abundância de fontes de reconhecido valor no que respeita a esta matéria, tanto no seu sentido estético, como técnico, sendo con-

templados vários tipos de fotografia, dos equipamentos e dos processos fotográficos utilizados, quer no passado, quer no presente.

Contudo, quando se refere à relação do tema da fotografia com o design, os contributos são mais diminutos, destacando-se neste âmbito Short (2013) e Webb (2015) que fazem uma abordagem ao contexto e à narrativa da fotografia e ao design da fotografia, respectivamente.

Também Mathew (2010), se revelou uma referência fundamental na listagem e definição dos princípios de design, diretrizes que vieram a ser adoptadas no projecto em curso. Assim foi possível conhecer o valor relativo dos elementos contidos numa imagem e as opções de composição que nela se podem operar de modo a produzir determinados efeitos e realces junto do receptor.

Para além da descrição de princípios teóricos do design aplicados à fotografia, buscou-se apresentar aqui a relação pedagógica de proximidade entre a investigadora e os grupos envolvidos no seu projecto, de modo a envolver núcleos de jovens no processo de aprendizagem e numa futura resposta social positiva. Aliás, o capítulo encerra com uma pequena reflexão sobre a fotografia como factor de mudança pessoal e social, servindo assim de exemplo à importância da educação pela arte e salientando a mais-valia que ela pode constituir para os jovens. Neste sentido é feita uma abordagem aos projectos de investigação-acção participativos, de Caroline Wang e Mary Ann Burris, designados por *photovoice* – “Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment” (1997), “Chinese village women as visual anthropologists: A participatory approach to reaching policymakers” (1996) e “Youth Participation in Photovoice as a Strategy for Community Change” (2006) – que constituem um método com afinidades evidentes com o projecto aqui apresentado.

No que respeita ao Capítulo III, “Modelos Expositivos na Cidade”, o tema principal versa os conceitos expositivos na cidade, a relação com o espaço da urbe e os cidadãos. Recorreu-se aos contributos de Ambrose & Paine (2010), por considerarem que os museus actuaram como fonte de um conjunto significativo de benefícios sociais e culturais para a população local onde radiquem.

Navarro & Riera (2012) exploram, precisamente, o elo

entre museu e comunidade como este se deve centrar em processos participativos com o intuito de facilitar o diálogo entre pessoas e objectos. Esta relação entre espectador e criador de uma obra é enunciada de modo mais abrangente por Jauss (2002) como sendo uma experiência complexa e que tem uma vertente comunicativa e, por consequência, educativa. As técnicas expositivas iniciadas com a nova museologia visam, precisamente, suscitar a participação da(s) comunidade(s).

A definição de nova museologia, tal como adoptada no âmbito desta tese, veio a ser enunciada por Maure (1995) e McKenna-Cress & Kamien (2013) que centralizaram a sua abordagem na concepção de exposições, enunciando processos de colaboração para o seu desenvolvimento, indo da colaboração visionária à de uma maior finalidade. Tais concepções constituem, aliás, um alicerce fundamental do presente projecto de design social, embora se recorra a uma combinatória dos modelos enunciados por estes autores. A exposição como veículo de comunicação é, igualmente, tema desenvolvido por McKenna-Cress & Kamien (2013), destacando características essenciais como o material real (objectos/coleções); experiências autênticas; e espaços sociais.

O estudo do tema da exposição em espaço aberto é contemplado de forma particular, não só pelas diferenças existentes entre a exposição no museu e a num local ao ar livre, mas porque corresponde à opção feita nos casos de estudo aqui veiculados. Rico (2010) considera que na produção de uma exposição ao ar livre se deve ter em conta quatro pontos essenciais: o estudo do lugar, o desenho da obra, a planificação do trabalho e o resultado formal. As facetas apontadas por Rico revelaram-se essenciais na prossecução do “Projecto Moro Aqui ao Lado” embora se desse prioridade ao processo e nem tanto no resultado final formal.

Procurou-se também definir o conceito de cidade, dando especial ênfase às questões da exclusão e da inclusão social urbanas, bem como a noção de bairro. Para tal recorreu-se às diluções de Correia (2013), Lynch (1960/1999) e Rossi (2001) sobre a noção de cidade e urbanismo; Labandeiro (2004) e Lynch (1960/1999) para definirem o conceito de bairro; já o conceito de exclusão social é abordado por Labandeiro (2004), Capucha



(2010); e Paula Guerra (2002) sobre a inclusão social.

Há a apontar a afinidade intrínseca entre as reflexões de Labandeiro e Paula Guerra e as teorias de Manzini atrás referidas no que toca à existência de barreiras excludentes de comunidades em relação à sociedade e a necessidade de as quebrar. O mesmo sucede quanto ao objectivo enunciado por Paula Guerra de fomentar o bem-estar dos indivíduos estimulando o potenciar das condições necessárias a uma efectiva agregação contando com o esforço de toda a sociedade.

Ainda neste terceiro capítulo, abordou-se o conceito de arte pública e a sua associação ao processo de preparação para a cidadania. Tanto Peter Brooker (2003) como Victor Correia (2013) sublinham a importância de uma presença participativa e atenta dos seus cidadãos. O conceito de arte pública, nesta tese, é abordado por Regatão (2007), Manzanares (1999), Miles (1997), Philips (1998), Atkins (1997) e Caeiro (2014) que, de modo geral, consideram que é composta por projectos artísticos destinados a serem mostrados em espaços públicos, sendo susceptível de diversas abordagens. Trata-se de arte pública também devido à natureza das questões que escolhe levantar ou contemplar, constituindo o público um dos elementos essenciais na sua produção e transformação constante. Também Remesar & Silva (2010) reforçam a ideia de que a arte pública tem como prática inerente aproximar a arte dos cidadãos.

Eisner (2004) salienta, precisamente, a relação profunda que existe entre as artes e a sua função na transformação da consciência dos indivíduos através das suas características biológicas. Tal como Herbert Read (1982) sublinha, a arte é uma forma eficaz de comunicação, fundamental no processo educativo, pelo seu encorajamento ao desenvolvimento do ser humano.

A investigação teórica efectuada, de que se traçou aqui um rápido esboço, permitiu elaborar uma estrutura mais sólida que indicasse o caminho a percorrer e os referenciais necessários para passar aos casos de estudo.

No Capítulo IV, “Análise de Casos de Estudo”, procede-se à descrição e à análise do trabalho de campo efectuado, com o “Projecto Moro Aqui ao Lado”, realizado nos Bairros Padre Cruz,

Alta de Lisboa Centro e Novo do Calhariz (Boavista). Para melhor enquadrar os projectos desenvolvidos em cada uma das comunidades referidas, procedeu-se a uma breve descrição dos três bairros seleccionados através dos dados que lhes conferem identidade própria, deles fazendo parte integrante as associações e as organizações de índole social, em particular as que apoiaram o projecto.

Nesta vertente mais prática foi também necessária alguma pesquisa bibliográfica relativa aos três bairros mencionados. A determinação da sua origem e progressão no tempo, bem como as suas características diferenciais foram objecto de alguma pesquisa provinda de fontes diversas, sendo alguma da informação retirada do *site* da Gebalis e a restante de outros *sites* das associações e organizações locais envolvidas.

Apresenta-se seguidamente, o planeamento das diversas fases do projecto, incluindo a descrição das sessões teóricas e práticas realizadas com os grupos de jovens participantes em cada bairro até às exposições, a descrição dos elementos que compõem as peças finais expositivas, bem como o processo de recolha e análise de dados decorrentes do exercício efectuado, tanto na primeira fase como na segunda.

Depois de concluídos e analisados os casos de estudo, desenvolveu-se um Modelo de Design para a Inclusão Social, a ser apresentado nas Considerações Finais. Ele consubstancia um conjunto de princípios adjacentes ao design e ao papel e à envolvimento do designer para a inclusão orientados para a criação de um contexto favorável à inserção de vários grupos específicos num todo multicultural e multiclassista, através de uma exposição de fotografia em espaço urbano.

Efectivamente, o presente trabalho/estudo almeja facilitar o acesso à cultura e à arte como vias de dar um sentido mais pleno ao percurso vivencial. A educação pela arte permitirá que o indivíduo desenvolva o seu sentido crítico e, assim, esteja apto a combater preconceitos, nomeadamente, a discriminação entre classes e/ou etnias, no seio da sua comunidade. Contudo, é necessário ter em conta que os benefícios não podem ser definitivamente aquiridos no curto período de tempo da sua investigação, pois os efeitos deste projecto serão mais visíveis a médio ou a longo prazo:

A Arte Pública de Intervenção Comunitária só poderá ser avaliada ao fim de um determinado período de tempo. (...) É necessário recorrer a estudos sobre efeitos políticos e sociais provocados pelo trabalho e fazer uma análise dos objectivos propostos. Um dos parâmetros mais importantes é, sem dúvida, o nível de interacção conquistado pelos artistas e a forma como a comunidade participou nos projectos (Regatão, 2007, p.125).

A relação entre as comunidades e a investigadora e os formadores que aderiram ao projecto por ela delineado constituíram, na verdade, um aspecto que, como Regatão (2007) salienta, é indispensável para o êxito de uma iniciativa desta índole. A troca de informação e de perspectivas diversas, correspondendo, por um lado, a saberes académicos e, por outro à chamada “escola da vida” permitiram uma simbiose que é, em si mesma, definidora de um modelo social mais inclusivo, mas respeitando as diversidades inerentes a uma urbe demograficamente densa e complexa.

A riqueza do tema e das potencialidades explícitas e implícitas do design abrem caminho a futuras investigações, considerando outros objectos e casos de estudo específicos. Tendo sido identificada a problemática, levantaram-se as hipóteses e definiram-se os objectivos anteriormente mencionados. A partir dessas premissas, foi delineada uma estratégia que permitisse atingir os objectivos definidos, a qual se ilustra no Processo Investigativo I (figura 1), coincidente com a organização da tese.

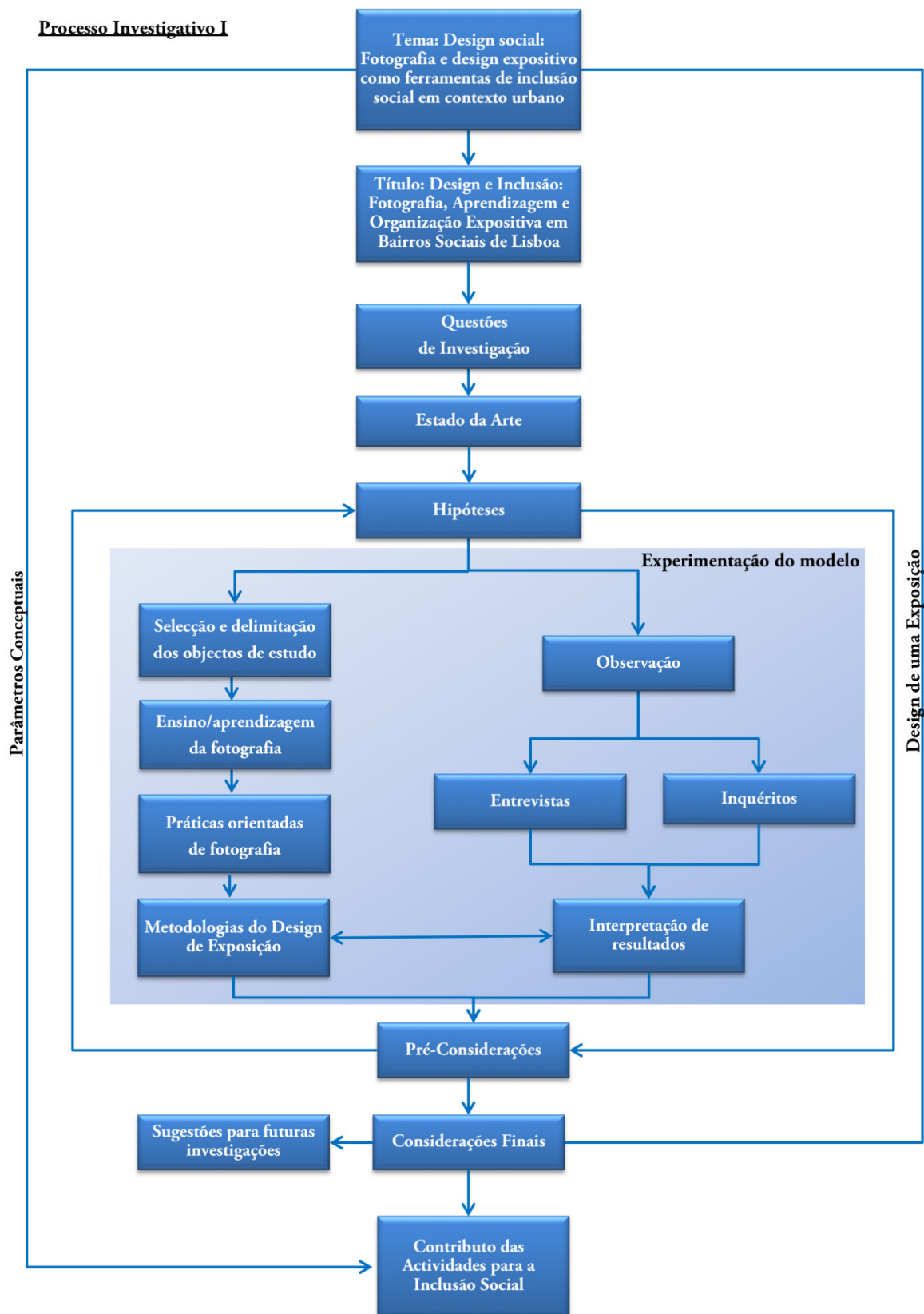


Figura 1, *Processo Investigativo I*, Imagem da Autora, 2013

Para melhor dilucidar a importância dos tópicos mencionados ao longo da investigação, procedeu-se à elaboração de um desenho gráfico, Processo Investigativo II (figura 2), em que é possível observar os vários conteúdos abordados e a sua relevância neste trabalho. Assim, criou-se um conjunto de círculos sobrepostos, em que a órbita mais ampla, “design social”, abrange todas as outras, ou seja, constitui o conceito principal que acolhe todas as outras matérias. A segunda órbita, com os temas “design de exposição” e “comunicação”, desenvolve-se radicada no design social, mas estabelecendo ligação com os outros conteúdos através da “comunicação”. A terceira órbita, contempla as condições de vivência físicas e culturais através da “cidade”, do “bairro” e das “culturas urbanas”. A quarta órbita incide nas dinâmicas produzidas pela “pedagogia da arte”, pela “fotografia” e pela “consciência social” que constituem o suporte e o elo de ligação entre o “designer”, a “comunidade”, o “artista/fotógrafo” e o “público” presentes na cidade.

Todas as relações produzidas com os tópicos apresentados no gráfico tiveram como objectivo principal a concretização de uma “Proposta de Modelo de Design para a Inclusão Social” que se encontra no cerne do gráfico, pois para a sua realização necessitou do contributo de todas as áreas e agentes presentes nas outras órbitas. De entre os elementos convergentes para a referida proposta há a distinguir condições geográficas, como sejam a “cidade” e o “bairro”; a par delas desenvolvem-se “culturas urbanas” para as quais contribuem a “pedagogia da arte” e a “fotografia” numa dinâmica de “comunicação” que se expressa através do design de exposição. Neste sentido a interacção do designer e dos artistas com a comunidade ao longo da construção do projecto irá sensibilizar tanto a comunidade (envolvida desde o primeiro momento), quanto públicos exteriores à territorialidade do bairro.

Em suma, visa-se não só uma proposta final de design, mas sim, algo que, a partir do trabalho conjunto de diversos indivíduos, consiga unir áreas em regra vistas separadamente e com pouco em comum, mas que juntas podem actuar de maneira mais eficaz, passível de provocar a mudança a longo prazo no bairro, na comunidade, na cidade e, desejavelmente, na sociedade em geral.

Processo Investigativo II

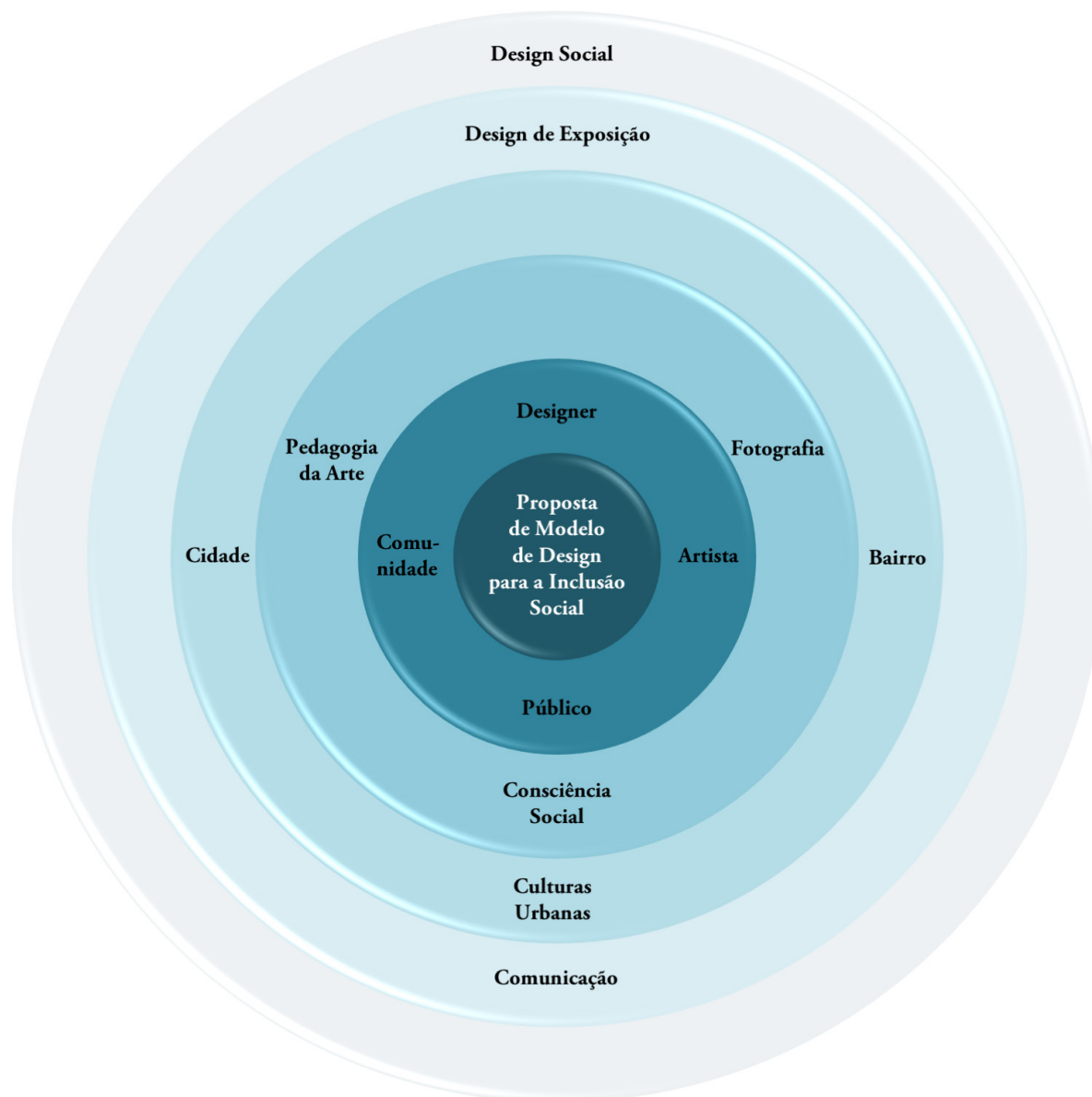


Figura 2, *Processo Investigativo II*, Imagem da Autora, 2013-2018

## 2.1 PROBLEMA INVESTIGATIVO

### 2.1.1 QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

À presente investigação colocaram-se as seguintes perguntas de partida:

1. De que modo pode a fotografia temática e/ou documental, singular ou em conjuntos organizados, representar e induzir dinâmicas sociais de participação e interacção entre vários grupos?
2. Como podem a aprendizagem da fotografia e a sua prática contribuir para o despertar de uma consciência social?
3. Como pode a elaboração de uma exposição fotográfica sobre quotidianos citadinos responder a sentimentos e comportamentos de discriminação e/ou marginalização de grupos sociais de comunidades carenciadas?

### 2.1.2 HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

Nas hipóteses de investigação ponderou-se como possível:

1. Utilizar a fotografia como modo de expressão de indivíduos e/ou grupos sociais, induzindo-os à mudança.
2. Aplicar os princípios do design à aprendizagem da fotografia.
3. Cativar grupos juvenis para aprendizagens de ferramentas artísticas como a fotografia.
4. Utilizar o design para a organização de exposições fotográficas.
5. Através da exposição fotográfica apresentar a cultura de um bairro à comunidade, levando-a a um patamar superior de compreensão e aceitação do Outro.
6. Através do design promover a acessibilidade da cultura a grupos sociais marginalizados de modo a fomentar a sua participação na esfera pública e, deste modo, garantir a sua interacção no bairro e no plano urbano geral.

Mais especificamente, procurar-se-á provar a possibilidade de cativar habitantes de bairros discriminados da cidade de Lisboa para actividades culturais e proporcionar-lhes o reconhecimento e a inclusão na comunidade metropolitana mais alargada.





## 2.2 OBJECTIVOS

Os objectivos deste trabalho foram divididos em duas categorias: gerais e específicos. Os objectivos gerais dizem respeito aos conceitos, reflexões e construção do modelo metodológico a aplicar aos casos de estudo, destacando-se os seguintes:

### 2.2.1 OBJECTIVOS GERAIS

Pretende-se, através de um processo de trabalho interactivo, em que públicos diferenciados participam dinamicamente com fotógrafos e agentes educativos, estabelecer uma aproximação real entre a aprendizagem artística e a vida, ou seja, através de representações fotográficas e sua exposição em espaço público contribuir para e/ou provocar uma mudança social que se traduza em inclusão de grupos de indivíduos com frágil estatuto de cidadania.

Ao realizar este projecto de investigação pretende-se também que as futuras gerações apreendam a realidade de um ponto de vista holístico, rejeitando a perspectiva de que o conceito de inclusão se aplica apenas aos que possuem necessidades educativas especiais. Visa-se o alargamento de horizontes a toda uma geração em fase formativa residente em bairros sociais, levando a cultura e a expressões artísticas a estes grupos, assim como a consciencialização dos cidadãos face à realidade social de bairros mais desfavorecidos.

Os objectivos específicos estão vinculados aos casos de estudo e, intimamente relacionados com o modelo metodológico definido:

### 2.2.2 OBJECTIVOS ESPECÍFICOS

O principal objectivo é criar mecanismos de intervenção que levem os habitantes de cada bairro a participarem nas acções propostas, estabelecendo relações de cooperação e parceria entre o artista e a comunidade. Ao privilegiar sobretudo aspectos sociais, em vez de valorizar apenas a condição estética das obras a expor, torna-se mais importante o processo que ocorre da experiência

colectiva do que propriamente o trabalho resultante. Tal como salienta Regatão,

... o processo de trabalho pode ser tanto ou mais importante que o produto final. De facto, a Arte Pública de Intervenção Comunitária pode estabelecer ligações muito mais fortes e determinantes para a «memória colectiva» do que os «momentos físicos» (Regatão, 2007, p.126).

Logo, a aprendizagem da fotografia com a aquisição de conhecimentos teóricos e práticos, o relacionamento entre participantes e entre estes e os diversos formadores com abordagens diferentes da fotografia, o conhecimento do próprio bairro e da cidade de Lisboa e a realização de pelo menos uma exposição de fotografia, são experiências a adquirir e objectivos a alcançar com o trabalho de campo.

Este projecto de investigação procura envolver os habitantes de diferentes bairros sociais da área Metropolitana de Lisboa no processo criativo gizado, isto é, na prática da representação fotográfica do seu meio habitual e (ou) na selecção dos elementos expositivos que representem o local onde vivem, assumindo as suas vivências e a sua cultura. Com base no estudo da amostra seleccionada na área metropolitana da capital, pretende-se também estabelecer um novo modelo de design para a inclusão social, alicerçado na educação pela arte, partindo de princípios do design aplicados à fotografia com a intenção de inserir os jovens na sociedade. Mediante a participação no processo de aprendizagem criativa será possível promover mais oportunidades de acessibilidade física, intelectual e emocional a diferentes grupos sociais que usualmente se encontram fora dos círculos artísticos e culturais e, sobretudo, ajudar à sua plena integração na sociedade.

Através de contactos adquiridos durante a fase preliminar do projecto, decidiu-se que a investigação se iria centrar em três bairros sociais: Bairro Alta de Lisboa Centro (Musgueira Norte) na Freguesia do Lumiar, Bairro Padre Cruz na Freguesia de Carnide e o Bairro Novo do Calhariz<sup>9</sup> (Bairro Alto da Boavista) situado na Freguesia de Benfica. Com a colaboração de associações e

9] De ora avante este bairro será designado por Bairro da Boavista, designação habitualmente utilizada e reconhecida pelos seus moradores.

entidades locais, propôs-se criar uma interacção entre artistas/fotógrafos e a população jovem residente em cada bairro que se concretizaria em diversas sessões para transmissão de conhecimentos sobre fotografia, bem como da prática de fotografar o próprio bairro e, posteriormente, zonas da capital que lhe são exteriores.

Com base no projecto artístico desenvolvido com esses jovens, que segue as premissas do design enquanto via educativa baseada em recursos artísticos, promoveu-se a exposição de obras de sua autoria que, para além de apresentarem os respectivos bairros, representam a cultura e o processo dinâmico e reflexivo das suas identidades. A metodologia adoptada radica na importância da comunicação, característica, segundo Read (1982), fundamental na aprendizagem artística e conferente de uma percepção mais lúcida da realidade circundante, como sublinha Eisner (2004).

Os caminhos percorridos por estes jovens que iniciaram, com a sua prestação e o seu envolvimento, um promissor gesto de mudança nas suas respectivas comunidades, levarão a uma melhoria da sua auto-estima, da confiança, da assertividade, da motivação e da sua satisfação pessoal, facilitando a futura comunicação na sociedade. Assim promove-se o desenvolvimento do ser humano, enquanto indivíduo singular, membro de uma família, residente de um bairro e, finalmente, cidadão.

## Notas

No capítulo IV encontram-se imagens que ilustram o decurso das sessões do ateliê de fotografia, tanto da primeira, como da segunda fase que são da autoria da investigadora.

Os designers, os fotógrafos, os artistas, os teóricos e demais profissionais que contribuíram para a concretização do projecto são citados quando surgem pela primeira vez no corpo do texto, excepto quando o seu nome aparece como citação entre parênteses.

No que respeita a citações de língua original estrangeira, optou-se por incorporar no texto a respectiva tradução portuguesa e colocar em nota de rodapé o excerto na língua de origem.

Todas as imagens referentes à divulgação dos *workshops* e das exposições realizadas encontram-se nos apêndices e nos anexos em CD.





# 1. Design e suas Diferentes Abordagens

---





## 1. DESIGN E AS SUAS DIFERENTES ABORDAGENS

Neste primeiro capítulo serão contemplados diferentes tipos de design directamente relacionados com a investigação, por forma a clarificar certos conceitos que, podem afirmar-se ambíguos e/ou pouco distintos numa abordagem mais superficial. Para maior clareza do percurso exploratório, optou-se por uma análise que se inicia do geral para o particular, partindo de temas primários como o design, o design gráfico, o design participativo e o design social. Todavia, as linhas de fronteira entre estes ramos do design mostram-se, cada vez com maior frequência, esbatidas pelo entretecer das áreas delimitadas, de tal modo que o design se apresenta tendencialmente conglomerador de todas as suas faces, ainda que em graus variáveis.

Num primeiro momento, considerar-se-á o conceito de design e as várias facetas da profissão de designer. Assim, procurar-se-á esclarecer como surgiu o design, os seus diferentes modos de enquadramento e em que consistem os desafios da profissão tal como definidos por Friedman & Stolterman (2015).

Seguidamente a análise ao design irá focar-se em vertentes mais específicas, nomeadamente, o conceito de design gráfico, as suas funções, as suas tendências e a sua transdisciplinaridade. Pretende-se traçar o percurso desta noção, funções e tendências patentes desde o seu aparecimento até à actualidade. Revelar-se-á também a interdisciplinaridade que se detecta no design, quer pelo fenómeno da constante transformação por que tem passado, quer pelo recurso, cada vez maior, à colaboração com outras áreas, por forma a criar um melhor design. Esta busca continuada em outros domínios tem também aberto novas vias de investigação. Neste âmbito, incluiu-se um importante aspecto do presente trabalho, nomeadamente, a relação do design com os indivíduos pertencentes a uma comunidade, servindo de elo com o próximo conceito a ser tratado, o design participativo.

O conceito de design participativo será também analisado, tendo em conta o seu surgimento e a sua constituição enquanto campo de estudo. Posteriormente, são contemplados certos aspectos partilhados nos projectos: a comunidade, com os diversos

níveis de inserção e/ou participação activa na elaboração do projecto; a modularidade, que potencia a capacidade participativa do projecto e a sua personalização; a flexibilidade, que determinará o grau de participação dos utilizadores na construção de um projecto, havendo margem para uma potencial carga de imprevisibilidade nos moldes dessa pertença ou integração, bem como do desenvolvimento de uma identidade corporativa; e a respectiva tecnologia. O trabalho do designer participativo e o modo como pode melhorar a qualidade do produto e do processo de concepção serão também considerados.

O último tema evidenciado diz respeito ao design social, definindo-o e problematizando-o em confronto com o design para a inovação social. Tanto a diversidade que pode existir no design social como as estratégias de envolvimento enumeradas por Andrew Shea (2012): imergir na comunidade; construir laços de confiança com a comunidade; prometer apenas o que consegue proporcionar; dar prioridade ao processo de design; enfrentar o potencial conflito na comunidade; identificar os pontos fortes da comunidade; utilizar os recursos locais; dar voz à comunidade; atribuir poder à comunidade; e propiciar um envolvimento sustentado.

O conceito de design social significa, pois, no presente estudo o “design centrado no ser humano”, ou seja, o trabalho realizado de forma activa no combate aos problemas de comunidades que necessitam de ajuda, defendendo a participação dos seus residentes marginalizados no projecto e, consequentemente, na sociedade. Como afirma John Donne em Meditation 17 no famoso poema *No man is an Island* (1624):

1] T.L de: No man is an Island, entire of itself; every man is a piece of the continent, a part of the main.

“Nenhum homem é uma ilha, completa em si mesma; cada homem é um pedaço do continente, uma parte do todo”<sup>1</sup> (Abrams, 2000, p.1278).

No quadro das profissões que, ao longo dos tempos, se autonomizaram poderá considerar-se que a profissão de designer é relativamente nova e, tal como aconteceu em muitos outros casos, a *praxis* revelou-se antes de se consolidar enquanto profissão

reconhecida. A prática do design, ou seja, produzir utensílios e/ou produtos para utilização final, constituem atributos próprios dos seres humanos, distinguindo-os das outras espécies.

No sentido mais comum da palavra, pode afirmar-se que o design surgiu há 2,5 milhões de anos quando o *Homo habilis* fabricou os seus primeiros utensílios de pedra lascada, tendo começado a criá-los ainda antes de caminhar erecto. Há 400 mil anos começou a fabricar lanças; e, há 40 mil anos, especializou-se em utensílios, fazendo produções avançadas de lâminas (Friedman & Stolterman, 2015, vii).

O design gráfico e a tipografia terão dado os seus primeiros passos com o desenvolvimento da escrita cuneiforme<sup>2</sup>, que nos seus primórdios, consistia num sistema de representação pictórica dos temas ou elementos registados. A partir daí, poderá afirmar-se que a evolução do design se tornou mais rápida (Costa, 2011).

Actualmente, a palavra design tem muitos significados, sendo o factor comum que os une a ideia de serviço. Os designers, porque estão envolvidos na prestação de serviços, em que os resultados do trabalho vão ao encontro das necessidades humanas, desempenham um papel de importância crescente nas vivências individuais e comunitárias. Na verdade, todos os bens e serviços dependem do impulso de projectar ou imaginar uma situação que se revele um aperfeiçoamento da existente. Ora o design oferece um conjunto de ferramentas que ajuda neste percurso de melhoramento das condições vivenciais.

O design apresenta-se, portanto, como um processo. A palavra em si surgiu na língua inglesa no século XVI como um verbo. O *Dicionário Merriam-Webster's Collegiate* (2004, p.338) define design como “conceber e planear fora da mente; ter um propósito específico; conceber para uma função ou fim específico”<sup>3</sup>. Relacionado com isto está o acto de desenhar, dando ênfase à planificação ou construção de mapas, assim como desenhar planos para algo, criar, executar ou construir de acordo com eles.

Meio século depois, o termo *design* começou a ser utilizado como um substantivo, surgindo assim em 1569. O *Dicionário Merriam-Webster's Collegiate* (2004, p.338) define-o como “uma finalidade específica realizada por um indivíduo ou grupo; pla-

2] Escrita cuneiforme: desenvolvida pelos Sumérios, na antiga Mesopotâmia aproximadamente em 3500 a. C., é a designação dada a certos tipos de escrita feita com o auxílio de objectos em formato de cunha.

3] T.L. de: to conceive and plan out in the mind; to have as a specific purpose; to devise for a specific function or end.

4] T.L. de: a particular purpose held in view by an individual or group; deliberate, purpose planning; a mental project or scheme in which means to an end are laid down.

neamento com um propósito; um projecto mental ou esquema em que são estabelecidos os meios para um fim”<sup>4</sup>. Aqui, traçar o planeamento e definir o propósito para obtenção dos resultados desejados são, também, centrais. Contudo, o design mudou consideravelmente desde o seu início e, presentemente, o designer planeia de forma mais ampla sistemas complexos de processos e serviços; além disso, também projecta organizações e estruturas para os produzir.

Dado o número crescente do que, na nossa época, se considera “necessidades”, as prestações desta área abrangem uma ampla gama de disciplinas que implicam organização e planeamento, entre elas: design industrial, design gráfico, design têxtil, design de mobiliário, design de informação, design de processo, design do produto, design de interacção, design de transporte, design educacional, design de sistemas, design urbano e gestão de design, bem como arquitectura, engenharia, tecnologia da informação e ciências de computação (Friedman & Stolterman, 2015, p.viii).

## 1.1 O DESIGN E O DESIGNER

O termo *design* é utilizado em quatro acepções diferentes: como área de estudo ou disciplina; como acção ou processo; como conceito, proposta ou plano, e, ainda, como resultado de um processo de *design*.

Design entendido como área de estudo ou disciplina é coerente com o mundo material e com a cultura visual que partilha. Está directamente relacionado com os artefactos e os produtos de cada cultura. Enquanto disciplina pode ser explorada de diversas formas, incluindo a sua relação com a arte e com a gestão. No que respeita às categorias do design, há a considerar os níveis de comunicação, simbólicos e visuais; os objectos materiais; as actividades e os serviços organizados; e os sistemas complexos ou ambientes para viver, trabalhar, brincar e aprender (Chick & Micklethwaite, 2011, p.17). As áreas de design são definidas, essencialmente, em termos da natureza do resultado do processo criativo e do tipo de produto a que se destina.

O design como acção ou processo, na sua essência é dinâmico, e o termo passou a abranger também, o que em língua inglesa significa '*designing*' ou seja, a criação ou concepção de algo.

Os designers lutaram muito para conseguir o reconhecimento do seu trabalho como algo mais do que um contributo ao nível do estilo ou da decoração. O design é, visto, cada vez mais, como um processo fundamental, centrado na conceptualização criativa das nossas comunicações, dos nossos produtos, sistemas e das nossas estruturas sociais.

Um aspecto fundamental da ideia de design como actividade ou processo é aprender como fazer. Pode ter-se aptidão para a concepção, mas a capacidade para projectar desenvolve-se através da experiência e/ou da formação e da educação convencionais em design.

Criar é, também, uma actividade que resulta frequentemente, da relação entre si e o contexto cultural do agente. Ainda que se possa pensar num designer em particular como tendo um dom para o desenho, as suas influências e os seus valores são expressos quando projecta algo. Nesse sentido ninguém projecta no vazio; o design, reflecte inevitavelmente o contexto em que ocorre. É um

gesto de cultura constituído pelos “valores tornados visíveis”, tanto pessoais, como colectivos (Chick & Micklethwaite, 2011, p.19).

O design como conceito, proposta ou plano pode ser definido como a capacidade para prever o que se vai criar antes da concretização. O designer imagina o resultado do processo de produção antes de começar a trabalhar, precedendo o fabrico do objecto proposto. O resultado deste processo de “antecipação” ou “previsão” é algo que virá, então, a ser produzido ou fabricado num momento posterior.

Contudo, a proposta do projecto sugere uma intervenção num cenário ou num contexto, com vista a trazer uma melhoria. Como tal, implica a participação de um terceiro elemento, um cliente, um utilizador, ou um consumidor que deverá ser convencido da eficácia da proposta. O projecto pode passar por muita iteração, partindo de um esboço de um plano detalhado para uma fase dialógica entre designer proponente e receptor da ideia formulada, até chegar à fabricação automatizada.

O design como resultado de um processo, por sua vez, traduz-se na concretização ou na realização de um conceito. Os seus resultados podem atingir, portanto, uma grande variedade de formas e escalas, desde uma modelagem de massas, a um edifício, ou a um plano urbano, não sendo, necessariamente, físicos ou tangíveis:

Numa era de progresso científico e tecnológico contínuo, que provoca uma contemporaneidade invadida por comunicações e mensagens apresentadas de uma forma imaterial, esta desmaterialização requer um artefacto que, podendo ser usado na vida quotidiana, não é determinado apenas pelas propriedades físicas da matéria e/ou pela função, mas também como representação de uma cultura imaterial, com os seus valores semânticos e simbólicos (Souto & Brízio, 2014, p.5).

A profissão de designer, ainda que já consolidada, constitui uma área de labor e criatividade que se pode considerar recente. Tanto assim é que Friedman & Stolterman, em 2015, entenderam pertinente discriminar os desafios que se colocam às várias vertentes da profissão de designer. Em primeiro lugar, apontam

desafios de desempenho que dizem respeito à relação desta actividade profissional com o mundo físico, na medida em que procura responder às necessidades dos colectivos e construir ambientes renovados. Apontam também desafios de substância e contexto relativos, quer ao artefacto em si e à sua estrutura, quer aos quadros sociais, económicos e industriais que, na sua crescente complexidade e exigência, levam à elaboração de novas teorias baseadas em pesquisas de natureza interdisciplinar em que, a perícia técnica se alia à interrogação sociológica e às restrições ideativas e materiais de cada comunidade.

Os projectos ou produtos desenvolvidos têm de atender às expectativas de várias partes interessadas, nomeadamente, as organizações ou entidades públicas ou privadas que os solicitaram, os seus produtores e, finalmente, os seus utilizadores ou destinatários. Assim, verifica-se que tais desafios se colocam a todos os níveis, desde a produção e controlo, passando pela distribuição e terminando na sua recepção.

Os referidos desafios requerem actualmente uma abordagem qualitativamente diferenciada na prática profissional do design, ao contrário do que acontecia anteriormente. Embora a experiência e o desenvolvimento individual continuem a ser necessários, já não bastam na época actual. Competências no plano analítico e sintético não se concretizam mediante práticas isoladas, antes requerendo um trabalho de equipa multidisciplinar (Friedman & Stolterman, 2015, p. ix).

Segue-se um processo de entendimento e moldagem do nosso mundo em que em cada projecto, o criativo se defronta com elementos específicos, problemas ou ideias provenientes do contexto em que emerge e tem de estar habilitado de forma a saber responder à sociedade vigente em constante fluxo económico e informativo. Os projectos em que se envolve estão relacionados com matérias tão diversas como a sustentabilidade ambiental, os enquadramentos políticos, a moldura rural ou urbana presente e pode ter por objecto tanto produtos artesanais como industriais de marcas nascentes ou já em fase altamente competitiva, o que implica o estudo dos mercados, tanto no lançamento de novos produtos como na reconstrução e/ou recuperação de antigos pro-

duto para mercados maduros ou ricos.

Os objectivos da actividade do designer repartem-se pela criação de valor, pela promoção de inclusividade, pela prevenção da escassez de recursos e pela garantia da sustentabilidade (Vilar, 2014, p.9). Tais objectivos investem o design de um poder inovador superior à maioria das outras ferramentas comunicacionais. Em consequência, verifica-se um crescente reconhecimento de que ele não está restringido aos indivíduos que procedem à elaboração do objecto. Entende-se que todos os membros de um colectivo têm uma função a desempenhar com o intuito de moldar e remodelar o nosso mundo. Esta “democratização” do design pode ser vista através da mudança gradual das perspectivas e das formas como vem a ser estudado e efectuado, em boa parte fruto de mudanças na sociedade, tais como o progressivo abandono do consumo passivo a favor de uma participação mais activa, tanto no âmbito dos criadores como dos receptores.

Estamos a observar uma abertura na prática do design, como, através de abordagens e do co-design e do design participativo as pessoas estão a ser envolvidas na criação dos seus próprios resultados de projecto. Novos papéis estão constantemente a emergir, à medida que o designer se torna menos um produtor de ideias e mais um facilitador da criação de ideias<sup>5</sup> (Chick & Micklethwaite, 2011, p.33).

5] T.L. de: We are seeing an opening-up of the practice of design as, through co-design and participatory design approaches, people are being involved in the creation of their own design outcomes. New roles are constantly emerging as the designer becomes less a generator of ideas and more a facilitator of the generation of ideas.

Para a boa obtenção de resultados, o design tem de partir da averiguação do problema colocado, defini-lo para, depois, desenvolver uma solução. Aos designers cabe pois, a complexa tarefa de “gestão de inúmeras opções e caminhos ao seu dispor, a obrigação de resistir ao deslumbramento que facilmente suscitam, a necessidade de uma atitude crítica permanente e o dever de adoptar uma posição ética face aos seus pares e perante os seus públicos” (Vilar, 2014, p.9).

O produto final nem sempre tem tradução física, podendo consistir num serviço ou numa actividade processual. Noutros casos, não se trata de criar um produto novo, mas simplesmente integrar um produto já existente, por forma a melhor servir as ne-



cessidades actuais do(s) público(s) visado(s). A participação activa dos utilizadores no processo adoptado garantirá, certamente, um maior sucesso do ponto de vista do público-alvo do que se for só o designer a elaborar o produto: o design é, pois, muito importante, dir-se-ia até ironicamente demasiado útil para ficar apenas nas mãos dos designers profissionais (Chick & Micklethwaite, 2011).



## 1.2 DESIGN E COMUNICAÇÃO

Poderá afirmar-se que o design é algo onnipresente no quotidiano actual. Embora, frequentemente, pareça invisível ao comum transeunte, o produto de design acompanha os indivíduos nos seus gestos e percursos de cada dia: as luzes e as letras dos relógios que utilizam, as cores, as formas ou as letras de uma banal bisnaga de pasta de dentes, a sinalética de serviços públicos vários, (como a proibição de fumar ou de entrada de animais em determinados recintos), a publicidade na televisão e/ou nos jornais, etc.

Seja com objectivos puramente comerciais, seja com intuito informativo, o indivíduo depara-se com inumeros símbolos quer em espaço fechado, quer no exterior. O apelo que essas mensagens transmitem e a eficácia que alcançam junto dos presumíveis receptores decorre das ferramentas utilizadas no design, que confirmam a sua relevância na nossa sociedade. Todavia, porque faz parte da cultura visual do quotidiano, é dado por adquirido e nem se dá conta da sua existência.

O design passa, ainda, despercebido pelos legisladores do campo lexical, ou seja, pelos autores de dicionários. No que respeita ao design gráfico, ou seja, ao que se centra por excelência na capacidade comunicacional imagética, a designação só surge a partir de 1935 de acordo com o *Dicionário Merriam-Webster (since 1828)* e, curiosamente, em 1993, Alina Wheeler, apercebeu-se que nenhum dicionário americano incluía o seu significado (Barnard, 2005, p.1).

A desatenção ao design gráfico, em particular, pode justificar-se pelo facto de os jornais e *websites* e outros meios onde está presente serem com frequência apreendidos no seu conteúdo, não havendo uma consciencialização relativamente ao seu *layout*, escolha do tipo de letra ou cor ou outros elementos de imagem. Por exemplo, a maior parte das pessoas não pensa sobre a letra serifada do jornal, ou a forma como a informação nutricional de certo produto foi colocada na embalagem. Nesse sentido, o design gráfico é paradoxalmente invisível. Contudo, nem tudo o que o designer gráfico faz permanece ignorado; por vezes são os efeitos negativos que produzem o despertar das consciências para

o fenómeno. Veja-se em 2001 o caso de uma televisão britânica, o Canal 4, que teve sérios problemas com a *Advertising Standards Authority* (ASA) devido a um cartaz destinado a divulgar um dos seus programas: *Confessions of a Base Jumper* (Barnard, 2005, p.2), que se mostra a seguir (figura 3).



Figura 3, Cartaz “Go on, Jump.”, Canal 4, 2001, (Barnard, 2005, p.2)

O programa abordava o desporto *base-jumping* (saltar com um pára-quedas de cima de prédios). O cartaz que o anunciava mostrava uma pessoa na borda da cobertura de um edifício muito alto e nele podia ler-se “Go on. Jump.” [Vá, Salta.]. Este cartaz, que continha uma única imagem e três palavras de texto, foi considerado pela ASA como sendo um poderoso instigador de suicídios.

A questão que se coloca é se este cartaz é apresentado e entendido como peça de publicidade e qual o propósito dessa acção publicitária. A maior parte das pessoas está familiarizada com a publicidade, sabe identificar os seus códigos comunicacionais e pode, em resultado, sentir-se ofendida ou aliciada por ela. Contudo, a publicidade é apenas uma das funções comunicacionais do design, mas não a única. Ainda que a ASA tenha feito referências à imagem e ao texto, este cartaz do Canal 4 pode constituir um exemplo questionável, na medida em que não foi visto enquanto peça de design gráfico, pois, não foram feitas referências ao tipo de letra, *layout*, disposição da imagem e texto, nem ao seu estilo e cor. O relevo foi dado à falha de eficácia no que se pretendia transmitir aos destinatários.

A partir dos anos 90 do século XX, o design gráfico começa a ser reconhecido na cultura ocidental. Isto deve-se, em parte, a um interesse crescente pela imagem em geral, vindo a prelo alguns livros sobre imagem e, posteriormente, sobre o design gráfico, tais como, *The Image* (1997) de Jacques Aumont, *Picture Theory* (1994) de W.J.T. Mitchell, *Reading Images: The Grammar*

of *Visual Design* (1996) de Gunther Kress and Theo van Leeuwen. Estas obras introduziram novos conceitos oriundos da semiótica, da política e das ciências sociais no design gráfico, desenvolvendo linhas teóricas mais abrangentes.

Outro indício do cada vez maior interesse pelo design é o aumento do número de livros e exposições que são feitas por, ou sobre designers. Obras como *The End of Print: The Graphic Design of David Carson* (1995) de Lewis Black e *The Graphic Language of Neville Brody* (1988, 1994) de Jon Wozencraft apresentaram o design gráfico ao público em geral. Tal reacção ao design e aos designers gráficos pode ser uma resposta tardia à chamada “década do designer” - a década de 1980 - , em que os designers de moda, de produto e de mobiliário (bem como os arquitectos) foram tratados como celebridades e difundidos na imprensa popular. O perfil cultural do design gráfico torna-se a partir desta fase cada vez mais reconhecido e os estudos académicos sobre a matéria ganham também, em sofisticação e rigor.

### 1.2.1 SIGNIFICADO DO DESIGN GRÁFICO

O design gráfico constitui uma das facetas mais visíveis do design enquanto grande área de criatividade e actividade, estando a sua etimologia na base de uma área de significado actual de grande impacto na sociedade.

O termo “gráfico”, deriva da antiga palavra grega “*graphikós*”, que significa “desenhado por mão de mestre”, ou “fazer marcas numa superfície” (Machado, 1981, III, p.170), abrangendo marcas escritas ou desenhadas. Já o termo “*design*” proveio do verbo latino *designare*, que significa desenhar, vindo a palavra a conotar-se com desenho, planificação, esboço, concepção a partir das palavras francesa *dessiner* e da italiana *disegno*. O substantivo latino *designo*, provindo da mesma raiz que o verbo *designare*, por seu turno, traduz-se por “marca”, o que remete para uma sobreposição, entre os termos “gráfico” e “design”, na medida em que, ambos têm em comum a concepção de marcas ou desenhos (Barnard, 2005, p.10). É evidente que o design gráfico envolve mais do que simplesmente fazer desenhos; a presença de uma planificação ou de um conceito obrigam a que o pensamento e a reflexão

estejam incluídos no processo de produção das marcas escritas ou desenhadas. O propósito final dessas marcas focaliza-se inevitavelmente na eficácia de captação do interesse dos presumíveis destinatários, ou seja, na capacidade de estabelecer um canal de comunicação eficiente e sensibilizador dos potenciais receptores.

Twemlow (2007, p.6) é claro ao afirmar que “O design gráfico é um tipo de linguagem usada para comunicar”. É utilizado para comunicar com as pessoas sobre coisas que estas querem ou pensam que querem. Para Costa (2011), o design gráfico serve também para vender produtos e ideias, para ganhar dinheiro ou, ainda, para realçar agendas políticas. Serve para esclarecer ideias, mas, também, para enriquecer a vida quotidiana. Ajuda as pessoas a organizar e a compreender dados, mas também, a perder-se em novas ideias, narrativas ou paisagens e, ainda, a questionar-se e a contestar as informações que lhes são apresentadas.

O design gráfico existe para exprimir ideias como atenta Margarida Fragoso (2012) “a comunicação visual, tanto como a comunicação verbal, permite veicular mensagens explícitas mas também implícitas e até mesmo subliminares”. Twemlow (2007, p.22) sugere o exemplo “uma pessoa tem uma ideia para um bar de sumo de laranja orgânico; o design gráfico dá ao bar a presença e distingue-o das outras lojas que o rodeiam”.

Também Tibor Kalman *et al.* (1994, p.27) reconhecem que o design se centra no uso de palavras e imagens em quase tudo e em todo o lado, entendendo que o design gráfico é dificilmente limitável na medida em que “... é um meio. É um modo de direcção, um meio de comunicação. É usado em todas as culturas em diferentes níveis de complexidade e com diferentes graus de sucesso. (...) Isso é o que o torna interessante”<sup>6</sup>. Kalman *et al.* (1994) consideram que ele não se limita a um determinado tipo de pessoas, nem à sua cultura, ou seja, é utilizado por diferentes grupos sociais.

Andrew Ashton, designer no Studio Pip and Co, na Austrália, salienta igualmente o objectivo último do design: ajuda as pessoas a distinguir ideias, a fazer escolhas, a apreciar e a orientar-se no seu dia-a-dia, trazendo assim, um enorme prazer e satisfação àqueles que o criam. Andrew Ashton diz mesmo que o de-

6] T.L. de: ... it's a medium. It's a mode of address, a means of communication. It's used throughout culture at varying levels of complexity and with varying degrees of success. (...) That's what makes it interesting. And it is at work every place where there are words and images.

sign gráfico traduz um dos traços mais fascinantes do ser humano (Twemlow, 2007, p.22).

Deborah Adler, designer no estúdio Milton Glaser Inc, em Nova Iorque, considera que o design é um processo interminável de exploração, aprendizagem e trabalho, que cria um meio de comunicação. A autora considera, também, que o design gráfico torna mais fácil para o público compreender a informação e está imbuído de uma intenção e um propósito determinados, para além de dar a possibilidade de criar laços entre as pessoas (Twemlow, 2007, p.33).

Richard Hollis (2005) associa claramente design gráfico à comunicação ao sugerir que se trata de uma forma de comunicação visual, sendo que esta, num sentido mais amplo, tem uma longa história. Remontando à Pré-história, quando saía para a caça, o homem primitivo identificava as pegadas dos animais, ou seja, identificava sinais gráficos. As representações gráficas podem ser sinais ou signos; quando as marcas gráficas são reunidas, formam uma imagem. Hollis considera que “o design gráfico é a arte de criar ou escolher tais marcas, combinando-as numa superfície qualquer para transmitir uma ideia” (Hollis, 2005, p.1).

O significado transmitido pelas imagens e pelos sinais alfabéticos pode ter pouco a ver com o indivíduo que os criou ou escolheu, o designer. A mensagem atende às necessidades do cliente, embora a sua forma possa ser determinada ou modificada pelas preferências estéticas do seu criador, primeiro aspecto que distingue um design gráfico de uma obra de arte (Hollis, 2005, p.2); o segundo aspecto é que, ao contrário do artista, o designer projecta tendo em vista a reprodução em vários meios (mecânica e digital) do seu original.

O design gráfico, como profissão, emerge a partir de meados do século XX. Até então, os anunciantes utilizavam os serviços dos chamados “artistas comerciais”, nomeadamente, tipógrafos, ilustradores e letristas. Muitos reuniam diversas competências.

O design gráfico faz parte, actualmente, da cultura e economia dos países industrializados. No entanto, embora hoje as mensagens e imagens possam ser transmitidas

num instante pelo mundo todo, os avanços continuam sendo surpreendentemente localizados, (...), as mudanças ainda estão associadas a pioneiros isolados (Hollis, 2005, p.4).

Mais do que uma forma de cultura visual, o design gráfico é inevitável na era da informação. No encontro diário com enorme quantidade de material visual (texto e ícones), a nossa experiência de design parece uniforme e a infinidade de imagens que enfrentamos é tão impenetrável que mal temos tempo para analisar o que podem significar. Na verdade, a própria omnipresença de produtos de design e muitas vezes a efemeridade milita contra a maioria de nós, reflectindo a sua presença na nossa vida (Jobling and Crowley, 1996).

Jobling e Crowley (1996, pp.1-3) sublinham a importância do design gráfico quanto à sua capacidade e abrangência comunicacional apontando três factores constituintes e interdependentes: a produção em massa; a acessibilidade ao grande público; e a capacidade de transmitir ideias através da combinação de palavras e imagens, sublinhando que grafismos de apenas texto ou apenas imagem não constituem, em seu entender, exemplos de design gráfico.

No entanto, há autores como Barnard que questionam o segundo e terceiro factores indicados por Jobling e Crowley dando exemplos claros de elementos contraditórios, eventualmente existentes neste canal de comunicação. Tal é o caso de um relógio *Rolex*, um produto apenas acessível a uma minoria, mas que apresenta produtos de design gráfico com formas e estilos de números e letras no mostrador acessíveis a serem apreendidos por um grande público. Da mesma forma, o logotipo de uma camisola da *Brooks Brothers* (figura 4) com o desenho de uma ovelha pendurada é perceptível ao grande número de público. Todavia, o significado do símbolo criado não é entendível senão por poucas pessoas, perdendo-se em boa parte a referência aos duques de Borgonha<sup>7</sup> (Barnard, 2005, pp.10-11).

7] O ícone em questão simboliza a fortuna adquirida pelo décimo quinto Duque de Borgonha Filipe O Bom, com o comércio da lã no século XIX. É utilizado no logotipo da *Brooks Brothers* desde 1850.





Figura 4, *Logotipo Brooks Brothers*, autor desconhecido, s.d.,  
([www.brooksbrothers.com](http://www.brooksbrothers.com))

### 1.2.2 FUNCIONALIDADES COMUNICATIVAS DO DESIGN

O design enquanto meio comunicacional tem-se apoiado de forma preferencial no impacto da imagem, ainda que apoiada e clarificada por breves textos escritos. Não admira pois, que o design que primeiramente foi analisado em termos da sua eficácia comunicacional tenha sido o design gráfico. Para além do referido efeito da imagem no receptor o volume do alcance populacional dessas imagens e a ausência de barreiras linguísticas que as caracteriza justifica esta prioridade.

Assim nas abordagens às funções do design gráfico constata-se ângulos diversos, embora todos contemplem a importância da transmissão de uma mensagem. Segundo Hollis (2005, p.4) o design gráfico tem três funções básicas. A primeira função é “identificar”: explicar o que é determinada coisa ou qual a sua origem, por exemplo, através de letreiros, logótipos, símbolos, rótulos de embalagens. A segunda função é “informar e instruir”, ou seja, indicar a relação quanto à direcção, posição e escala, por exemplo, através de mapas, diagramas e sinais de direcção. A terceira função é “apresentar e promover”, ou seja, tem como objectivo prender a atenção do receptor e tornar a sua mensagem inesquecível, por exemplo, através de cartazes e anúncios publicitários. Verifica-se pois, que tanto a segunda, como a terceira função tomam como alvo o propósito de comunicar algo ao destinatário.

Jacques Aumont (2002, p.80), por seu turno, considera que as funções das imagens gráficas visam estabelecer uma relação com o mundo, propondo assim, a existência de três modos dessa relação: simbólico, epistémico e estético.

No modo simbólico, as imagens serviam de símbolos re-

ligiosos e eram vistos como capazes de dar acesso ao sagrado pela manifestação mais ou menos directa de uma presença divina. “As primeiras esculturas gregas arcaicas eram ídolos, produzidos e venerados como manifestações sensíveis da divindade” (Aumont, 2002, p.80) será de lembrar que a própria palavra religião provém do étimo latino *religio* que significa estabelecer comunicação. Ainda hoje é possível ver iconografia religiosa, figurativa ou não, como é o caso de certas imagens que representam divindades com as quais o crente pretende entrar em diálogo (Zeus, Buda, Cristo), e outras com valor quase puramente simbólico (a cruz cristã, hindu, mão de Fátima) que transmitem aos outros uma mensagem identitária. Os simbolismos não são apenas religiosos, e a função simbólica das imagens sobreviveu à laicização da sociedade ocidental, para veicular outros valores, como aconteceu com a cruz suástica na representação do regime nazi ou a estátua da liberdade em Nova Iorque em representação da democracia e da liberdade.

No modo epistémico, a imagem incorpora informações visuais sobre o mundo, que pode, assim, ser conhecido. Aliás, “a função geral de conhecimento foi também muito cedo atribuída às imagens (...) é encontrada na maioria dos manuscritos iluminados da Idade Média” (Aumont, 2002, p.80). A natureza desta informação varia, desde um mapa rodoviário, a um postal ilustrado, uma carta de jogar a um cartão multibanco que contém informações cujo valor informativo é variável.

No modo estético a imagem é destinada a agradar ao receptor, a oferecer sensações específicas. Esta “função da imagem é hoje indissociável, ou quase, da noção de arte, a ponto de se confundirem as duas, e a ponto de uma imagem que visa obter um efeito estético poder se fazer passar por imagem artística” (Aumont, 2002, p.80-81).

Para Barnard (2005, p.14), os dois autores, Hollis e Aumont, veiculam ideias incompletas, considerando, mesmo que Hollis chega a repetir a mesma ideia mas de forma diferente, apontando a falta de espaço dedicado à função retórica. Quando Hollis menciona a função “apresentar e promover”, explica-a nos cartazes e nos anúncios apenas como sendo potencialmente “atraentes” e “inesquecíveis”; não há nenhuma menção de

persuasão ou de alteração do comportamento da pessoa, cujo olhar foi captado. Aumont não menciona as imagens retóricas, estando, neste caso, de acordo com Barnard (2005): menciona a publicidade apenas para explicar a confusão entre a “função da imagem” e a “noção de arte”. Segundo Barnard (2005), Hollis ao descrever as funções como “identificar”, “informar e instruir” e “apresentar e promover”, está a referir praticamente a mesma coisa três vezes. Barnard (2005, p.14) não vê diferença suficiente entre as três funções básicas do design gráfico tal como Hollis as apresenta, pois todas pretendem explicar ou indicar algo, argumentando, mesmo, que estas funções propostas por Hollis podem ser definidas como “informativas”.

Assim, segundo Barnard (2005, p.14), as funções acima descritas apresentar-se-ão de forma mais completa e lógica, através da seguinte classificação funcional: informação, persuasão, decoração e magia, descritas numa palestra do designer Richard Tyler ocorrida no Instituto Politécnico de Leeds (Reino Unido). No que respeita à primeira função “informação”, Barnard especifica que o trabalho do designer gráfico é transmitir novo conhecimento. Aqui, pode claramente ver-se o modo epistémico de Aumont abrangendo, também, tudo o que Hollis descreveu nas suas funções. Sinais, frentes de lojas, brasões, logotipos de empresas e embalagens são exemplos de grafismos onde uma das suas funções é fornecer informações. A informação pode ser muito básica; pode ser, por exemplo, a identificação de uma loja. Também pode ser transmitida através da sinalização de trânsito que se encontra nas estradas, ou nos mapas e nos diagramas. Assim, o tipo de informação pode ser muito simples ou mais complexo; por exemplo, existe diversa sinalização: uma que nos indica simplesmente o caminho para determinado sítio, outra indica estradas menores, ou atracções turísticas, etc. No Reino Unido, os sinais referentes às auto-estradas têm fundo azul, as estradas secundárias têm fundo branco e as atracções turísticas, fundo castanho (Barnard, 2005, p.15). A publicidade também pode ser informativa. Tal como refere Hollis (2005), uma das funções de um anúncio é informar o receptor de que determinado produto existe. Apesar da publicidade não informar, muitas vezes, o receptor com toda a clareza, não

deixa de ter essa função, fazendo aguçar a curiosidade mostrando o que existe e o que o produto que publicita pode fazer.

A segunda função “persuasão” ou função retórica. Aqui, o trabalho do designer gráfico é persuadir, convencer ou, simplesmente, influenciar uma mudança de pensamento ou comportamento. Isto remete-nos para algumas semelhanças com a descrição da imagem retórica de Aumont. “Pode-se argumentar que toda a produção gráfica tem uma função retórica, que existe, a fim de mudar o pensamento ou comportamento das pessoas, de alguma forma ou de outra”<sup>8</sup> (Barnard, 2005, p.15). Um logotipo de uma empresa informa sobre a identidade da mesma, mas procura, em simultâneo, convencer-nos, por exemplo, de que a empresa é eficiente e competente. A função retórica assume muitas formas. A publicidade é apenas o exemplo mais visível e pode estar localizada num espectro de produção gráfica que varia desde a publicidade política à ilustração e ao documentário.

A terceira função designada “decoração” ou função estética (Barnard, 2005) é apreendida no seu sentido ornamental e capaz de causar divertimento junto do receptor, cumprindo assim o propósito de deleite ou prazer que imbui a estética. Aumont alude a esta função quando descreve as imagens estéticas como sendo destinadas a agradar ao receptor. Mas, como Hollis, não chega a qualificar a produção gráfica como decorativa.

A quarta função consiste na “magia”. É talvez a função menos óbvia da produção gráfica. No entanto, tenta analisar e explicar dois aspectos presentes no que o design gráfico faz: o primeiro é aludido na obra de Aumont (2002), quando este sugere que as imagens simbólicas de alguma forma concedem o “acesso à esfera do sagrado” mas alarga-se à capacidade representacional de pessoas ou locais ausentes no tempo ou no espaço, como é o caso de fotografias de entes queridos ou de locais com boas memórias nas carteiras ou secretárias de cada um. O segundo aspecto é aludido por Kalman *et al.* (1994): o design refere-se, na realidade, mais ao fazer algo diferente a partir do que existe, ou seja, transformar uma coisa noutra, pois ao representar algo o criativo dá sempre a sua própria perspectiva do objecto representado. Fazer as coisas aparecerem e torná-las em algo diferente, é exactamente, o que os

8] T.L. de: It may be argued that all graphic production has a rhetorical function, that it all exists in order to change people's thought or behaviour in some way or other.

mágicos fazem e é por isso que se poderá considerar que os designers têm uma função mágica, apesar de residual, ou primitiva.

Note-se que, apesar das críticas de justaposição de funções que Barnard tece a Hollis e Aumont, a relação entre persuasão ou retórica e magia é muito próxima, na medida em que o modo recriador de representar alguma coisa é também parte integrante do utensílio retórico de sensibilização dos eventuais destinatários. Poderia concluir-se que, no seu conjunto, os modelos teóricos de classificação das funções do design assentam todos nas facetas e nos moldes preferidos para estabelecer o canal de mensagem entre o criativo e o destinatário.

### 1.2.3 TENDÊNCIAS DO DESIGN

As primeiras décadas do século XX, foram marcadas pelo pendor interventivo no plano social e político de muitos artistas tanto na Europa, como nos Estados Unidos da América. Esta tendência de uma estética *engagée* que fez parte dos princípios do Modernismo, foi igualmente adoptada por muitos designers: “sentiam que era sua obrigação – o dever moral – colocar a força do design atrás do impulso para o progresso social e político” (Twemlow, 2007, p.6). Criaram sistemas de comunicação como os alfabetos *Sans Serif* de caixa baixa para serem universalmente compreendidos, por forma a melhorar as relações internacionais; exprimiram-se utilizando linguagem orientada para o futuro através da fotomontagem, da tipografia e de composições assimétricas.

Os manifestos, os escritos e a obra destes modernistas definiram um novo e duradouro papel para o design gráfico como medium cuja formação estava ligada às revoluções políticas das primeiras décadas do século XX e como uma ferramenta, cuja finalidade era o progresso social (Twemlow, 2007, p.6).

Durante a Segunda Guerra Mundial e o Pós-guerra, a função do design na Europa e nos Estados Unidos da América era clara e premeditada: proporcionar, em benefício dos governos, design para propaganda, camuflagem e informação às forças armadas e aos civis.

No Reino Unido, muitos designers estiveram envolvidos em várias acções de sentido patriótico durante a guerra, desde as acções de recrutamento até às campanhas para manter o moral elevado, quer entre os militares, quer na chamada sociedade civil. Mais tarde, os vários esforços da nação para reconstruir os serviços públicos e melhorar a qualidade de vida também receberam o contributo dos designers e, mais especificamente dos designers gráficos (Twemlow, 2007, p.6).

A vertente gráfica afirma-se em cartazes como os do designer britânico Tom Eckersley<sup>9</sup>, das décadas de 1940 e 1950, onde a promoção do bem-estar e da segurança dos trabalhadores, por exemplo, o cartaz *Handtraps* (figura 5), nos é comunicada através da imagem e de breves expressões.

9] Tom Eckersley (Setembro 1914-Agosto 1997) foi designer e professor de design. Em 1934, em parceria com Eric Lombers colaborou em vários projectos de cartazes para clientes como *London Transport*, *Shell* e *BBC*. A sua carreira de professor começou na Westminster School of Art, Londres e depois na Borough School of Art, Londres (1937-1939). Durante a Segunda Guerra Mundial, Eckersley produziu cartazes de propaganda para agências de serviço público.

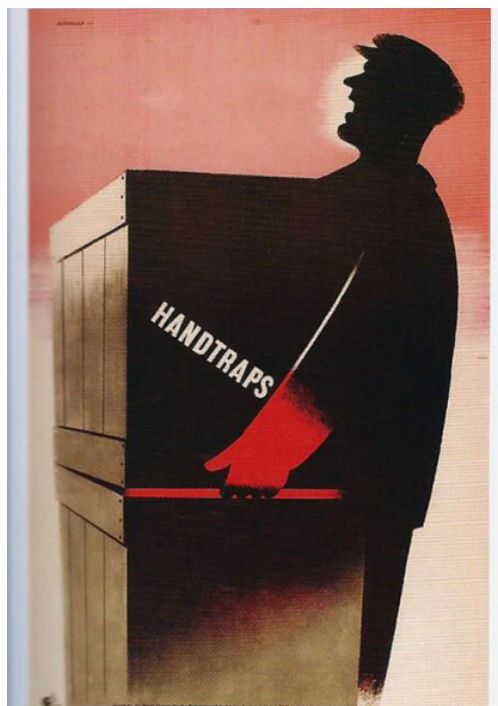


Figura 5, Cartaz *Handtraps*, Tom Eckersley, 1940-1950, (Twemlow, 2007, p.7)

10] Abram Games (Julho 1914-Agosto 1996) foi designer gráfico. De 1932 a 1936, trabalhou na empresa londrina de design Askew-Young e foi assistente de fotógrafo do seu pai. A partir de 1936, começou a trabalhar como designer gráfico *freelancer*, criando cartazes para London Transport e Shell. Através do contacto com Jack Beddington, director de design da Shell, Abram Games tornou-se artista de cartaz do *British War Office* durante a Segunda Guerra Mundial, projectou cerca de uma centena de cartazes.

Abram Games<sup>10</sup> outro designer britânico também, produziu cartazes, neste caso, para o *Auxiliary Training Service* (ATS), entre os quais *Your Talk Kill Your Comrades* [a tua conversa pode matar os teus camaradas]. Nele representa-se a transformação das palavras de um soldado a saírem em espiral da sua boca e a



terminarem numa baioneta sangrenta que perfura três corpos de soldados (figura 6). A mensagem é clara quanto à violência que as palavras, a retórica, pode instigar naqueles que as escutam.

No registo mais positivo, aponte-se a produção de Charles Coiner<sup>11</sup>, nos Estados Unidos da América que criou o símbolo da Águia Azul (figura 7) para a *National Recovery Administration*, agência federal criada para incentivar a recuperação industrial e combater o desemprego.

11] Charles Toucey Coiner (Janeiro 1898-Agosto 1989) foi pintor e director de arte e publicidade. Como Director de Arte do N.W. Ayer Agency por 45 anos, Coiner criou identidades de marketing para clientes nacionais e internacionais. Durante a Segunda Guerra Mundial foi responsável pela elaboração dos sinais da defesa civil e de alguns cartazes do governo.

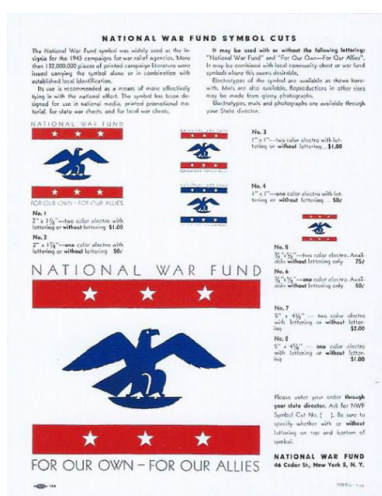
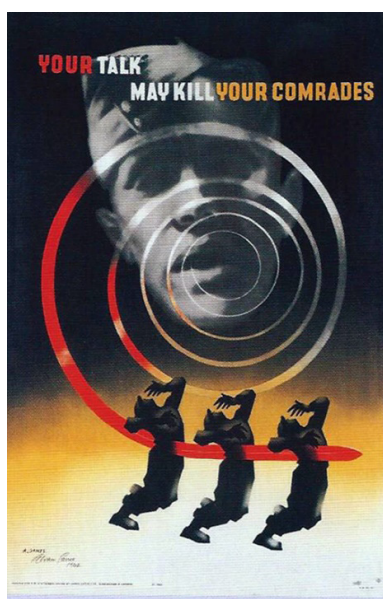


Figura 6 e 7, Cartaz *Your Talk May Kill You Comrades*, Abram Games, 1942, (Twemlow, 2007, p.7) e Cartaz *símbolo National War Fund* (Águia Azul), Charles Coiner, 1943, (Twemlow, 2007, p.9)

Ainda durante a Segunda Guerra Mundial, Charles Coiner criou cartazes destinados a aumentar a produtividade laboral e a incentivar as poupanças. O cartaz *Production: America's Answer* foi desenhado por Jean Carlu, sob a direcção artística de Charles Coiner (figura 8).

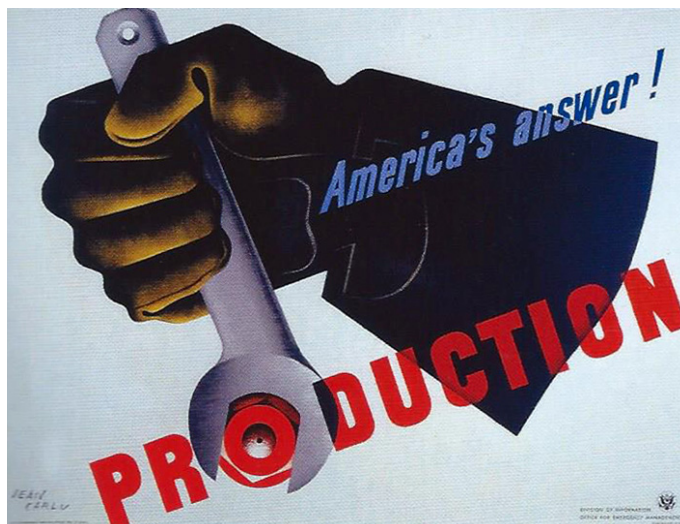


Figura 8, *Cartaz Production: America's Answer*, Jean Carlu e Charles Coiner, 1942, (Twemlow, 2007, p.9)

Na sociedade do alvor do novo milénio, a responsabilidade das mudanças sociais e do progresso passou a incidir sobre os indivíduos, pequenos grupos e/ou entidades sem fins lucrativos. Para Marques (2014), as questões que preocupam, actualmente, os designers incluem a manutenção de uma distância desapaixonada e irónica do tema em análise, a sua ambiguidade e complexidade; a celebração de fenómenos como o quotidiano, bem como o preenchimento de vazios informativos que teimam em persistir num contexto em que a informação deveria fluir em abundância sobre todo e qualquer assunto.

Para Joan Costa (2011), o objectivo do design gráfico é comunicar com indivíduos: audiências, espectadores, leitores, receptores, visitantes, participantes, transeuntes, comunidades, habitantes, consumidores e clientes. Pode dizer-se que o design gráfico tem dois grupos de público: os pequenos, como as comunidades locais ou grupos com interesses especiais, e os grandes, como populações e consumidores como grupos globais.

A interacção dos designers com a sua audiência varia bastante, encontrando-se na nossa sociedade tipologias distintas de designers: alguns não dão importância ao receptor e criam o design para si próprios; outros criam-no para outros designers, ou para satisfazer o desejo específico de um cliente; outros, ainda,



descobrem, por si, quem serão os destinatários do seu produto.

Actualmente os designers têm de agir numa economia global, ou seja, interagindo com novos mercados para além dos tradicionais. Assim, os designers têm de estar na vanguarda, adaptando uma marca ou um produto a várias novas culturas. Devido à globalização, um cliente ou colaborador do designer pode encontrar-se em qualquer parte do mundo tornando-se as reuniões presenciais cada vez mais raras. “O globalismo e o designer nómada foram abrangidos e apoiados pela cultura de design contemporânea” (Twemlow, 2007, p.14).

Muitos designers aceitaram bem as suas novas responsabilidades “globais”. Ainda recentemente, as grandes companhias contratavam empresas de design igualmente grandes nas suas cidades, regra que já não se observa. Pequenas organizações podem ser muito mais bem-sucedidas e inovadoras nas suas propostas. Devido à *internet* a distância deixou de ser um factor significativo. Todavia, como salienta Twemlow (2007, p.14), “o risco é que se o design se torna demasiado internacional, acessível e adaptável, fica estéril e perde a especificidade e as referências locais que permitem saber que ele é de um local específico”.

O facto de o design se encontrar desligado do que o rodeia e de onde se encontra, pode empobrecê-lo. Logo, o designer deve adaptar-se ao meio que o rodeia. Todavia, actualmente, a força da globalização faz com que tudo pareça ser igual em todo o lado, cabendo ao designer a responsabilidade de salientar e manter as respectivas características culturais, podendo fazê-lo através da procura de inspiração em fontes que lhes estão próximas.

Verifica-se portanto, o carácter equívoco das relações do designer e do design com o espaço local e global, tópico que tem vindo a ser explorado por analistas e teóricos do fenómeno da globalização como por exemplo, Anthony Giddens em *O Mundo na Era da Globalização* (2006) ou Eric Hobsbawm em *The New Century* (2000).

Assim um número crescente de designers está a descobrir a importância da ligação a um local e a uma região para efeitos de identidade e como fonte de inspiração, como forma de ligação aos consumidores que se sentem alienados e desligados devido à sua experiência com a sociedade globalizada. Este aspecto pode

12] Paula Scher (Outubro 1948), designer americana, dá aulas de design desde 1992. Recebeu diversos prémios de design, nacionais e internacionais: American Institute of Graphic Design (AIGA); The Type Directors Club (NY); New York Art Directors Club e Package Design Council. O seu trabalho encontra-se nas coleções do MOMA de Nova Iorque, na Biblioteca do Congresso, em Washington, no Museum für Gestaltung, em Zurique e no Centro Georges Pompidou, em Paris.

ver-se, por exemplo, no trabalho realizado pela designer Paula Scher<sup>12</sup> (designer e sócia da Pentagram), no grafismo que elaborou para os estúdios New 42nd Street (figuras 9 e 10), em Nova Iorque, um espaço que integra áreas para ensaios e um pequeno teatro. O seu grafismo reverbera a inspiração nascida da sua vivência nas ruas da cidade de Nova Iorque e da sua praça *ex libris*, Times Square. Paula Scher captou-lhes o ruído visual e verbal e soube representar a tensão dinâmica entre a imagem e o verbo, utilizando uma grelha com elementos verticais que representam os arranha-céus e todo bulício nova-iorquino.



Figura 9 e 10, *Identidade e ambiente gráfico interior dos Estúdios New 42nd Street*, Paula Scher, 2000, (<http://www.pentagram.com>)

13] Daniela Haufe (1966) formou-se como compositora tipográfica área em que trabalhou numa editora na Alemanha Oriental. Em 1988, iniciou os estudos em design gráfico em Berlim, vindo a cancelá-los após a queda do muro. A partir de 1991 dedicou-se à edição de revistas de design e ao ensino do design gráfico. Cf. <http://2014.agi-open.com/speakers/cyan>

Outro exemplo também ligado à estrutura e ao ruído da cidade, é o estúdio de design Cyan, em Berlim, fundado em 1992 por Daniela Hauf<sup>13</sup> e Detlef Fiedler<sup>14</sup> que se centra, quase em exclusivo, em encomendas culturais. Encontrar soluções criativas com orçamentos baixos é um aspecto constante no seu trabalho, muito do qual demonstra um entendido manuseamento na impressão a duas cores. Segundo Alice Twemlow (2007), o trabalho deste estúdio é vibrante, arrojado, despojado conseguindo, até, dialogar directamente com a (sua) envolvente urbana. No Cyan são sensíveis ao ruído e ao espaço edificado que os envolve e se

intromete, fazendo com que surja um novo projecto. O cartaz *chernobyl30+fukushima5* (figura 11) foi feito pelos estúdios Cyan, no âmbito da *International Triennial of Eco-Poster “The 4th Block”*, onde se pode ver uma tabela com todos os reactores do mundo activos e inactivos.

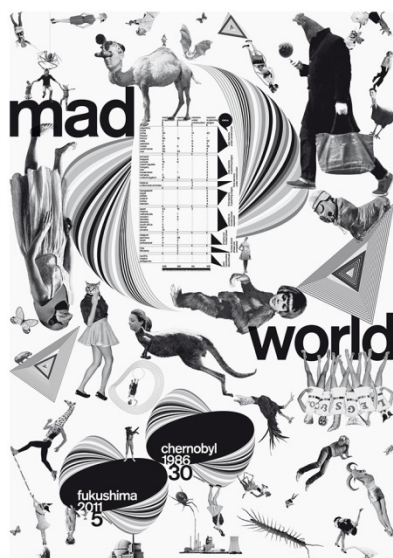


Figura 11, *Cartaz chernobyl30+fukushima5*, Estúdios Cyan, 2016,  
([www.cyan.de](http://www.cyan.de))

O design gráfico pela amostragem de tendências aqui realizada evidencia a sua preocupação fulcral de relacionamento e diálogo com o mundo e com cada indivíduo ou comunidade específica. A imagem, enriquecida com outros elementos presentes como a escrita ou aludidos como, o som induzem a percepção do design como meio de relacionamento/comunicação por excelência.

O design está a tornar-se geograficamente disperso e, cada vez mais, interdisciplinar, isto é, através de várias disciplinas e relações estabelecidas, tem à sua disposição diversas ferramentas para o melhorar e tornar mais abrangente: “problemas complexos reque-

rem respostas sofisticadas provenientes do saber de várias áreas” (Twemlow, 2007, p.24). A convergência de várias disciplinas pode fazer surgir novas investigações, redireccionadas para outras áreas.

Já não é necessário ser uma grande empresa para competir com trabalhos grandes ou multidisciplinares. As empresas pequenas de design também podem responder a projectos complexos, expandindo-se rapidamente e atraindo colaboradores de outros campos. A colaboração entre diferentes áreas é cada vez mais comum, pois, com o conhecimento distinto de cada indivíduo é possível criar um produto ainda melhor. Contudo, para que funcione, todos têm de convergir num único conceito para assim se produzir uma solução de design única, coerente e rigorosa. A colaboração designer-cliente é, também, importante para o sucesso do projecto, por forma a concretizar o que foi solicitado.

Os designers e as empresas viradas para o futuro estão a despertar para os benefícios desse tipo de abordagem, pois ao envolver as pessoas que têm um entendimento alargado e uma empatia por várias áreas, juntamente com uma experiência aprofundada em uma ou duas áreas, pode conseguir-se novas perspectivas.

Há que relevar que o designer deve estar aberto a estímulos externos, ser sensível e saber ouvir. O utilizador ou destinatário do projecto de design deve ser tido em atenção pelo criativo, pois o produto do seu trabalho irá ter efeitos num número apreciável de indivíduos ou comunidades inteiras. Não admira pois, que cada vez mais o design se afirme como participativo no convite que lança ao público para desempenhar um papel activo no processo de elaboração do design. A ideia de criar um enquadramento onde existem elementos em falta para serem completados pelo público é especialmente apelativo para os designers.

A título de exemplo refira-se o projecto de 2001, *Bubble* de Ji Lee, em Manhattan, criado em resposta ao crescente número de publicidade irreflectida que o seu autor viu surgir nos espaços públicos. Em consequência, começou a colocar autocolantes de balões de diálogo<sup>15</sup> de banda desenhada em branco, nos locais para afixar cartazes, nas cabines telefónicas, nos autocarros e no metro (figura 12), presumindo que as pessoas os reconhecessem como espaços em branco disponíveis para neles inscreverem os seus pensamentos.

15] Balões de diálogo: forma gráfica utilizada na banda desenhada que permite a colocação de palavras. Devem ser entendidos como a representação da fala ou de pensamentos de uma determinada personagem da banda desenhada.





Figura 12, *Cabine telefónica com balões de diálogo*, Ji Lee, 2001,  
(Twemlow, 2007, p.78)

Posteriormente, Lee voltou aos locais onde tinha colocado os balões de diálogo para fotografar os registos escritos. Encontrou declarações de todo género, desde a opinião política ao humor (figuras 13 e 14).

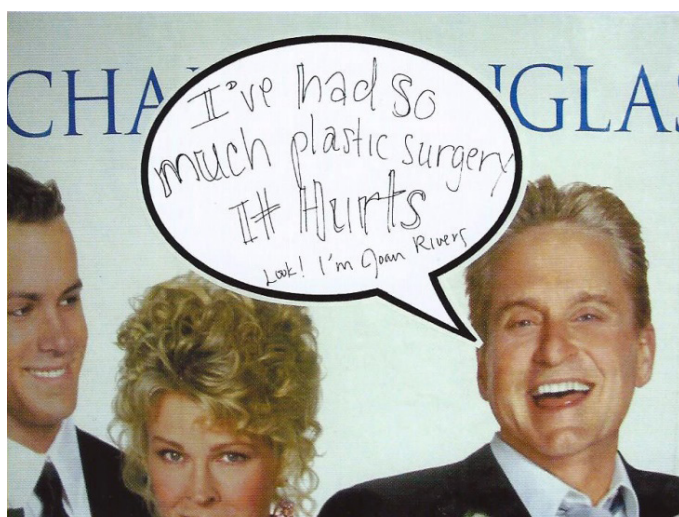


Figura 13 e 14, *Balões de diálogo com os pensamentos*, Ji Lee, 2001,  
(<http://www.thebubbleproject.com>)

Lee (2001) considera que uma vez colocados nos anúncios, os autocolantes “transformaram estes irritantes monólogos corporativos num diálogo público aberto. Encorajaram qualquer

16] T.L. de: transform these annoying corporate monologues in open public dialogues. They encourage anyone to fill them with any expression, free from censorship.

pessoa a preenchê-los com qualquer forma de expressão pessoal, livre de censura”<sup>16</sup>. Assim, o público interagiu e comunicou através do design gráfico, de certo modo convertendo em design participativo. O que começou com uma conotação experimental na esfera do público, cresceu, nos anos seguintes, para um tipo de movimento. O projecto *Bubble* foi localizado especialmente em Nova Iorque, mas os balões de diálogo em branco começaram a surgir noutras cidades para satisfazer buscas de dados e resultados de acções potenciais, ou concretas, junto de públicos vários.

É nesse sentido que grupos de actividades e pesquisa de mercado, comuns entre empresas comerciais e negócios empresariais, se desenvolvem dado que ajudam a fornecer uma avaliação objectiva de qualquer produto. Não era, contudo, usual entre os designers procurarem conhecer a sua audiência (Twemlow, 2007, p.79). Ora a heterogeneidade das populações, perante processos globalizantes, aliada às necessidades específicas dos clientes, levaram os designers a procurarem saber mais sobre os destinatários dos seus produtos (público-alvo), as crenças, as origens dessas pessoas, etc.: “os designers terão de desenvolver novas estratégias para navegar no meio da sua própria cultura e as audiências heterogêneas que servem” (Twemlow, 2007, p.80). É importante que seja feita uma investigação profunda sobre o público-alvo e esta deve ser colocada no topo do processo de design e não ser um mero gesto simbólico sob a forma de um grupo de interesse<sup>17</sup>.

17] Grupo de interesse é aqui utilizado no sentido de uma organização constituída por pessoas que partilham pelo menos um interesse comum e que actuam em prol do seu objectivo.

Com a investigação a surgir e a assumir um lugar mais central, será iniciado um debate que, provavelmente, trará questões importantes para um bom desenvolvimento da área do design, sugerindo novas soluções e esbatendo as fronteiras entre o design gráfico, participativo e social.

### 1.3 DESIGN PARTICIPATIVO

O design participativo compreende uma gama ampla de projectos, mas todos partilham certos aspectos: a comunidade, a modularidade, a flexibilidade e a tecnologia. Todavia, a sua afirmação passou por diversos momentos até ser reconhecido como uma área específica de estudo, de criatividade e de acção sobre os colectivos humanos.

O conceito não tem origem no século XXI. Contudo, o novo milénio veio a proporcionar o seu desenvolvimento. Movimentos de arte de vanguarda como o Dadaísmo<sup>18</sup> e o Construtivismo Soviético<sup>19</sup> experienciaram a participação social durante o início do século XX, incitando os espectadores a participarem em espectáculos de massas.

Na década de 1960, os valores pós-modernos de amplo sentido, multiplicidade e desordem, renovaram o interesse pela arte participativa (Armstrong, 2011, p.13). Umberto Eco afirmou em 1962<sup>20</sup> que todas as obras de arte estão abertas e, assim, participativas, até certo ponto:

Neste sentido, portanto, uma obra de arte, forma acabada e fechada na sua perfeição de organismo perfeitamente calibrado, é igualmente aberta, com possibilidade de ser interpretada de mil modos diferentes sem que a sua irreproduzível singularidade seja por isso alterada. Cada fruição é assim uma *interpretação* e uma *execução*, pois que em cada fruição a obra revive numa perspectiva original (Eco, 1989, p.68).

Cada acto de interpretação completa um novo significado da obra. Eco (1989) passa a explorar obras que considera incompletas de uma forma mais tangível. Estas “obras abertas” estão, a seu ver, “inacabadas”, e “... o autor parece entregar ao intérprete mais ou menos como as peças de um mecano, desinteressando-se aparentemente de como irão acabar as coisas” (Eco, 1989, p.68). O ensaísta recorre a composições musicais de Karlheinz Stockhausen<sup>21</sup> e Luciano Berio<sup>22</sup>, para demonstrar como o ouvinte colabora com o compositor na criação de cada obra. É este

18] Dadaísmo, também denominado como Movimento Dadá surgiu em 1916, em Zurique. Tem como principais autores Tristan Tzara, Hans Arp, Francis Picabia, Max Ernst e Man Ray. Propunham uma arte de protesto que chocasse e provocasse a sociedade burguesa da época. As obras visuais e literárias baseavam-se no acaso, no caos, na desordem com a característica principal de ruptura com as formas de arte tradicionais.

19] O Construtivismo Russo é um movimento de arte moderna que surgiu em Moscovo a partir de 1920. Caracteriza-se pelo uso de materiais industriais na criação de objectos não representacionais e muitas vezes geométricos. Os seus principais representantes são Wassily Kandinsky e El Lissitzky.

20] Edição no original Eco, U. (1962). *Opera Aperta*. s.l.: Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Eco, U. (1989). *Obra Aberta*. Trad. João Rodrigo Narciso Furtado. Lisboa: DIFEL.

21] Karlheinz Stockhausen (Agosto 1928-Dezembro 2007) foi um compositor alemão. É conhecido pelo seu trabalho inovador na música electrónica, aleatório (hipótese controlada) na composição de série e espacialização musical. As suas obras revolucionaram a percepção de ritmo, melodia e harmonia.

22] Luciano Berio (Outubro 1925-Maio 2003) foi um compositor italiano. É conhecido pelo seu trabalho experimental e também pelo seu trabalho pioneiro na música electrónica.

movimento de interpretação que envolve o utilizador na tomada de consciência de si e aponta para os projectos participativos tal como hoje se delineiam. No futuro, acreditamos, que também o design vai crescer de forma uniforme, não sendo fixo, mas antes inacabado (Armstrong, 2011, p.15).

Na verdade, os movimentos participativos surgiram um pouco por todo o lado na década de 1960: o Situacionismo, cujo auge foi atingido com as revoltas estudantis de Maio de 68 em Paris, os *Happenings* dos finais de 50 nos E.U.A. que, como o nome indica, designa uma forma de arte baseada em improvisações e na participação da audiência numa combinação de artes visuais e performativas, o Neoconcretismo<sup>23</sup>, surgido no final da década de 1950, no Brasil (Bishop, 2006, p.15). Todos estes movimentos se pautam pela importância dada à subjectividade tanto do artista como do receptor e, embora constituam uma área controversa e experimental no âmbito da arte e dos seus contextos culturais, todos apontam nas suas formas específicas para o acto de participação.

No início do século XXI constata-se que essa abordagem ganhou em aceitação, sendo efectuada já de modo consistente, apoiada em teorizações sobre a criação artística e do design, os meios em que surge e constrói e o público que a deseja e/ou a recebe.

Os avanços que se verificaram nas tecnologias da comunicação a partir do final dos anos 80 do século XX permitiram a participação de todos, fornecendo caminhos mais facilitados e mais rápidos para as várias contribuições. Também mudaram as mentalidades no que respeita ao distanciamento do designer, tanto para com o trabalho em rede, como para com os modelos de concepção e de co-criação.

Quando se refere o processo de facilitação que as tecnologias comunicacionais vieram trazer, há que referir o contributo do activista Richard Stallman, fundador do movimento Software Livre em 1983, com o lançamento do *GNU Project*<sup>24</sup>. Em combinação com o *Linux*, o projecto GNU tornou-se o primeiro sistema operativo completamente livre, inspirado, num espírito de permanente colaboração em massa, entre os programadores, os amadores e os profissionais. A acessibilidade ao código-fon-

23] Os princípios encontram-se consubstanciados no Manifesto Neoconcretista publicado a 23 de Março de 1959 no suplemento dominical do Jornal do Brasil, sendo assinado por artistas como Ferreira Gullar, Lygia Clarke e Reynaldo Jardim, entre outros.

24] GNU significa “GNU’s Not Unix!” [GNU não é Unix] apesar do design ser semelhante ao do sistema operativo Unix, GNU é um programa de *software* livre, uma vez que respeita a liberdade dos utilizadores, não contendo código Unix (Cf. <http://www.gnu.org/>).



te<sup>25</sup> encorajou os programadores a apoderarem-se continuamente do sistema com vista a melhorá-lo. Este processo de agregação mudou a programação dos proprietários dos laboratórios isolados para vastas redes de pessoas, modelando abordagens participativas para o público em geral.

Posteriormente, e influenciados pelo movimento *Software Livre*, ocorreram dois movimentos culturais contemporâneos que abriram o caminho para uma abordagem participativa: o movimento *Copyleft* (1989) e o movimento *Open Source* (1998) (Armstrong, 2011, p.13). É neste sentido que Lawrence Lessig, professor de direito de Harvard e membro fundador do conselho da *Creative Commons*<sup>26</sup>, defende uma *internet* livre com direitos de autor mais flexíveis, que permitam a reserva de alguns direitos para os criadores de conteúdos, mas que retirem muitas restrições à reutilização de informações.

Para Lessig, o caminho do progresso, próprio de uma cultura em que o grande número participa, só poderá vir a concretizar-se mediante a livre circulação de conteúdos. O conceito *copyleft* ajuda a manter o uso gratuito do *software* entre programadores, dá a todos os destinatários de um programa o direito legal de executá-los, copiá-los, modificá-los e distribuí-los, proibindo-os de impor restrições adicionais a quaisquer cópias que distribuam. Como resultado, qualquer utilizador que obtém o *software* legalmente tem essa liberdade. Nesta perspectiva só a livre circulação de conteúdos assegura a existência da cultura participativa.

Contudo, as mudanças defendidas pelos ideólogos da livre circulação de conteúdos encontraram resistência, como sublinha Henry Jenkins (2006) na sua obra *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, que atribui às leis vigentes a asfixia da produção de conteúdos ao longo dos últimos cem anos por apenas ser divulgada em circuitos delimitados.

A luta entre o controlo corporativo e a ideologia do código aberto, entre a protecção e a partilha de esforços criativos, continua. Adeptos do código aberto organizaram-se em movimentos como o do *Open Source* fundado por Eric Raymond<sup>27</sup> e Bruce Perens<sup>28</sup> com o objectivo principal de apoiar e promover a criação de *softwares* livres, ou seja, os *softwares* com códigos abertos para

25] Código-fonte: é o conjunto de palavras ou símbolos escritos de forma ordenada, contendo instruções, de forma lógica, numa das linguagens de programação existentes.

26] *Creative Commons* (CC) foi fundada em 2001 e é uma organização sem fins lucrativos criada para permitir maior flexibilidade na utilização de obras protegidas por direitos de autor. A ideia é fazer com que um autor/criador possa permitir o uso mais amplo de seus materiais por terceiros, sem que estes o façam infringindo as leis de protecção de propriedade intelectual.

27] Eric Steven Raymond (1957-), conhecido como ESR, é *hacker* e escritor. Foi o presidente do movimento *Open Source* até 2005.

28] Bruce Perens é programador e o principal autor do movimento *Open Source*. Foi vice-presidente do movimento *Open Source*.

29] T.L. de: Everyone sees that the future will be more participatory, but we are fighting over the terms of our participation (Cf. [http://henryjenkins.org/2010/10/sites\\_of\\_convergence\\_an\\_interv\\_1.html](http://henryjenkins.org/2010/10/sites_of_convergence_an_interv_1.html)).

os utilizadores. Esta abordagem relativamente aos *softwares* viria a ter impacto tanto na divulgação científica, como estética e até na informação de natureza política e económica a nível mundial. Como Jenkins (2010) observa: “Toda a gente vê que o futuro vai ser mais participativo, mas estamos a lutar sobre os termos da nossa participação”<sup>29</sup>.

Uma década mais tarde, os designers gráficos adoptaram a orientação dos programadores, transformando o processo criativo de tal modo que um grande número de utilizadores passasse a poder aceder a pequenos módulos do trabalho em proposta e desse o seu contributo a partir de qualquer local em que se encontrasse e no seu próprio ritmo (Armstrong, 2011).

Num mundo tão vasto, complexo e em rápida mutação, os designers devem assumir a imprevisibilidade das respostas do utilizador e desfrutar da serendipidade do trabalho orientado para o processo. É através desse trabalho conjunto que, embora mais exigente e completo na construção do projecto, os designers podem avançar na cultura participativa beneficiando do vasto conjunto de pensamentos criativos que os rodeia e chega até eles.

Bannon & Ehn (2013), ao analisarem a expressão “design participativo”, sublinham a sua clareza por remeter, de maneira óbvia, para a participação, para a forma como as partes interessadas – especialmente utilizadores, programadores e projectistas – cooperativamente, fazem ou ajustam sistemas, tecnologias e artefactos, para se adequarem melhor às necessidades dos futuros utentes. Aprofundando a natureza conceptual da participação, esta pode ser abordada como uma ideologia com relação a questões éticas, políticas e neste último âmbito, sobretudo questões da ideologia democrática.

É importante sublinhar que o design participativo, de uma perspectiva tradicional, desde logo se focalizou no elemento processual, ou seja, na prática que leva à elaboração do trabalho de design, nas actividades requeridas por um específico projecto, no modo de agremiar pessoas várias cujo contributo se mostre de interesse potencial para ele e abrindo espaço à improvisação, à serendipidade já anteriormente aludida, e mantendo uma atenção constante na avaliação de cada passo no desenvolvimento do

trabalho em causa. Esta orientação é distinta das adoptadas por outras correntes de design centradas sobretudo no conteúdo e não no processo, no “quê” e não no “como”.

O design participativo requer os dados providos do utilizador para a conclusão do projecto. Os designers participativos criam sistemas geradores, ao invés de entregar produtos acabados para audiências passivas. Estes profissionais são responsáveis pela informação de todo o processo do projecto em mira. A sua função é idêntica à de um arquitecto que constrói um edifício conjugando materiais vários com técnicas próprias, recorrendo a peritos em várias actividades. Já os utilizadores interagem no processo de design de forma mais livre e multifacetada que, se por um lado, é enriquecedora, por outro carece de ser integrada pelo “arquitecto” do projecto (Robertson & Simonsen, 2013, p.3).

Presentemente a audiência está a mudar. Os “espectadores” tornaram-se utilizadores e os profissionais criativos estão perante um público recém-activado. O uso diário de *sites* como o *Vimeo*, o *Flickr*, o *Facebook* ou o *YouTube*, influenciou o público no sentido dessa contribuição. O público não se contenta em, simplesmente, apreender mensagens; antes pelo contrário, os utilizadores aproximam-se cada vez mais do design com a expectativa de terem que preencher os espaços em branco e inserir activamente o conteúdo. De certa forma os públicos fruem a experiência estética de uma maneira mais completa e que se aproxima dos três conceitos fundamentais da tradição estética, tal como Jauss (1972/2002)<sup>30</sup> relembra: *poiesis, aisthesis e catharsis*. Pode afirmar-se que o design participativo se centrará na *aisthesis* no sentido em que a “... percepção das coisas, embotada pelo costume, pode ser renovada através da obra de arte a que se segue o conhecimento intuitivo em virtude da *aisthesis*, que se opõe de novo com pleno direito à tradicional primazia do conhecimento conceptual”<sup>31</sup> (Jauss, 2002, p.42).

O design participativo consiste, portanto, no envolvimento directo das pessoas no co-design de algo que usam ou irão utilizar, na linha da noção de *catharsis* tal como Jauss (2002) a apresenta: “... *catharsis* designa a experiência estética fundamental de que o observador, na recepção da arte, pode libertar-se da

30] Edição no original Jauss, H. R. (1972). *Kleine Apologie der ästhetischen Erfahrung*. In *Konstanzer Universitätsreden*, nº59. Constança: Universitätsverlag. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Jauss, H. R. (2002). *Pequeña apología de la experiencia estética*. Trad. Daniel Innerarity. Barcelona: Ediciones Paidós.

31] T.L. de: ... una obra de arte puede renovar la percepción de las cosas, embotada por la costumbre, de donde se sigue que el conocimiento intuitivo, en virtud de la *aisthesis*, se opone de nuevo con pleno derecho a la tradicional primacía del conocimiento conceptual.

32] T.L. de : ... *catharsis* designa la experiencia estética fundamental de que el contemplador, en la recepción del arte, puede ser liberado de la parcialidad de los intereses vitales prácticos mediante la satisfacción estética y ser conducido asimismo hacia una identificación comunicativa u orientadora de la acción.

33] T.L. de: If we are to design the futures we wish to live, then we need those futures they will be to actively participate in their design. This is why it is so important that Participatory Design keeps developing the design processes, tools, techniques and methods needed to enable full and active participation in all kinds of design activities.

34] T.L. de: If you are designing a solution to a problem, why not involve those who know the problem best and are the experts in relation to that problem? Why not involve the users?

parcialidade dos interesses vitais práticos mediante a satisfação estética e ser conduzido assim a uma identificação comunicativa ou orientadora da acção”<sup>32</sup> (Jauss, 2002, p.43). A acção estimulada pela satisfação estética fruída pelos vários elementos que com ela se correlacionam vai traduzir-se, em termos do design participativo, na determinação concreta do modo como os processos colaborativos do design podem ser conduzidos com a participação de todos aqueles que estão relacionados com o produto ou o serviço.

Se formos projectar o futuro em que desejamos viver, então precisamos que esses futuros consistam na participação activa na sua concepção. É por isso que é tão importante que o Design Participativo continue a desenvolver os processos de design, ferramentas, técnicas e métodos necessários para permitir a participação plena e activa em todos os tipos de actividades do design<sup>33</sup> (Robertson & Simonsen, 2013, p.1).

De acordo com Robertson & Simonsen (2013), todos os intervenientes no processo de design têm de estar activamente envolvidos para que se garanta que a solução final atenda às necessidades e às exigências efectivas de maneira a ser utilizável pelo seu público-alvo.

O design participativo é utilizado numa variedade de campos, onde se inclui o *software*, a arquitectura e o design de produto, com vista a criar resultados mais ágeis e adequados às necessidades práticas, culturais e emocionais dos seus utilizadores. “Se estamos a projectar uma solução para um problema, por que não envolver os que melhor conhecem o problema e são os especialistas em relação a esse problema? Por que não envolver os utilizadores?”<sup>34</sup> (Chick & Micklethwaite, 2011, p.46).

Pelo que se referiu, o design participativo requer conteúdo por parte dos utilizadores seja visual, temático, seja movimento físico ou acção. Estas contribuições iniciais são simples, facilmente executadas pelo utilizador: uma fotografia, um esboço, um rabisco, uma palavra, um movimento, uma vocalização, um toque. Cabe ao designer transformar esses contributos em algo significativo

no contexto mais alargado do projecto, reconhecendo assim um valor acrescido à colaboração recebida (Armstrong, 2011, p.12).

Esta abordagem interactiva assume uma dimensão política que passa pela capacitação do utilizador enquanto agente no processo e, em simultâneo democratiza o trabalho na sua fase construtiva. Todos os participantes no projecto são vistos pelos profissionais como autênticos especialistas, transmissores de informações valiosas e, em suma, vozes a serem ouvidas. O trabalho a desenvolver com os utilizadores deve decorrer nos seus próprios ambientes vivenciais, e não no espaço aleatório, para dar enquadramento local e específico às várias perspectivas que vão sendo recolhidas.

O programa de trabalho a ser delineado pelo fautor do projecto deverá resultar da negociação entre este e todos os demais envolvidos. A partilha de ângulos de apreciação do projecto e a esfera de perícia de cada colaborador será tão ou mais importante que os saberes e as técnicas dominadas pelos profissionais. Embora a teoria subjacente ao design participativo não pretenda diminuir a relevância do papel do designer, procura, não obstante, reabilitar a do público, não restringindo a sua participação a meros actos de consulta mas a acções efectivas capazes de dar um sentido mais eficaz ao projecto.

Efectivamente, o design participativo engloba um conjunto diversificado de princípios e práticas que visam tornar as tecnologias, as ferramentas, os ambientes, as empresas e as instituições sociais mais sensíveis às necessidades humanas. Pode reunir um grupo multidisciplinar e internacional de programadores de *software*, investigadores, cientistas sociais, gestores, designers profissionais, utilizadores, activistas políticos, cidadãos que defendem e adoptam abordagens participativas no desenvolvimento da informação e da comunicação de produtos, sistemas, serviços e de tecnologia.

O design participativo pode ser definido como um processo de investigação, de compreensão, de reflexão, de criação, e de desenvolvimento e apoio à aprendizagem mútua entre os vários participantes na “reflexão-em-acção” colectiva. Os participantes assumem regra geral os dois papéis: de utilizadores e designers, em que, os designers se esforçam

35] T.L. de: Participatory design can be defined as a process of investigating, understanding, reflecting upon, establishing, developing, and supporting mutual learning between multiple participants in collective 'reflection-in-action'. The participants typically undertake the two roles of users and designers where the designers strive to learn the realities of the users' situation while the users strive to articulate their desired aims and learn appropriate technological means to obtain them.

36] T.L. de: The fundamental developments in the field have come from efforts to investigate, understand, support and practise what can be labelled as 'genuine' participation in design.

por apreender as realidades da situação dos utilizadores, enquanto os utilizadores se esforçam por articular os objectivos pretendidos e aprender os meios tecnológicos adequados para os obter<sup>35</sup> (Robertson & Simonsen, 2013, p.2).

Estes dois desempenhos reflectem dois aspectos fundamentais do design participativo. O primeiro é que o design participativo permite que se utilize a tecnologia para se poder participar na concepção, sem a necessidade de recorrer aos instrumentos de um designer profissional, sejam interações com protótipos, maquetes e outras ferramentas representativas de sistemas e práticas futuras.

O segundo aspecto fundamental é que os utilizadores, não sendo designers profissionais não dominam todas as possibilidades inerentes ao desenvolvimento do projecto, podendo não estar aptos a definir exactamente o trajecto necessário à construção do projecto nos seus vários estádios. Daí Charlotte Kortbeek (2015) considere que se trata de um processo desafiante, embora a possibilidade de aprendizagem mútua, entre designers e utilizadores, se revele enriquecedora e passível de integrar soluções originais para o problema que está sob sua análise.

De acordo com Robertson & Simonsen (2013) tudo gira em torno da comunicação: “os desenvolvimentos fundamentais nesta área vieram dos esforços para investigar, compreender, apoiar e praticar o que pode ser rotulado como participação genuína no projecto”<sup>36</sup>.

A mudança de estatuto atribuída aos utilizadores, de passarem de meros informadores a participantes legítimos e reconhecidos no processo, indicia o reconhecimento do que é viver na actual sociedade da informação. Os utilizadores, enquanto participantes activos na criação de um projecto, têm a oportunidade de expor as suas ideias, quer a outros utilizadores, quer aos designers dando origem a núcleos de reflexão colectiva em que todos se dispõem a ter uma abertura às novas visões e opiniões, sem perder de vista o solicitado ajustante do projecto e a boa conclusão do mesmo. Para Björgvinsson *et al.* (2012) este modelo participativo traz acrescidos desafios e responsabilidades, tanto aos elementos das comunidades envolvidas como aos designers.



Visto pela positiva, há, porém, uma indubitável partilha do poder de decisão tanto ao longo do processo como no que toca às ferramentas e aos métodos a serem utilizados. A título de exemplo, no projecto *One Frame of Fame*<sup>37</sup> de 2010 (figura 15), do designer Jonathan Puckey, uma pequena foto de um utilizador juntou-se a milhares de outras para construir um vídeo da música *More Is Less*, da banda alemã *C-Mon & Kypski*.

37] Cf. <http://oneframeoffame.com/>

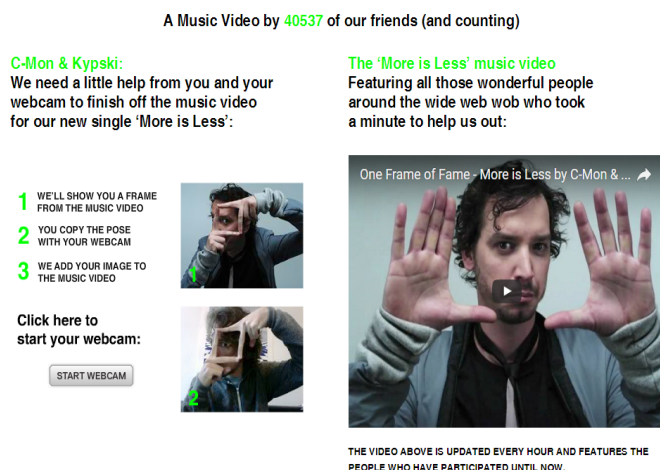


Figura 15, *One Frame of Fame*, Jonathan Puckey, 2010, ([oneframeoffame.com](http://oneframeoffame.com))

Também Mark Burrier, o criador de *Rarewords.org*<sup>38</sup> (Setembro de 2010), ilustra, de forma gratuita, palavras apresentadas pelos utilizadores, publicando os resultados no seu *blog*, além de os vender como impressões. *Stone Cold Fox* e *No Parking Baby on the Dance Floor Baby* são dois exemplos dessas palavras apresentadas pelos utilizadores (figuras 16 e 17).

38] Cf. <http://www.rarewords.org/>



Figura 16, *Stone Cold Fox - words by Audrey Katherine*, Mark Burrier, 2010, ([rarewords.org](http://rarewords.org))



Figura 17, *No Parking Baby on the Dance Floor Baby* - words by Judith, Mark Burrier, 2010, (rarewords.org)

39] A Agenda 21, adoptada na Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento (CNUAD), vulgarmente designada por Cimeira da Terra, realizada no Rio de Janeiro em 1992, constitui um documento orientador dos governos, das organizações internacionais e da sociedade civil, para o desenvolvimento sustentável, visando conciliar a protecção do ambiente com o desenvolvimento económico e a coesão social (Cf. [http://www.apambiente.pt/\\_zdata/Instrumentos/GestaoAmbienta/A21L/Guia%20Agenda%2021%20Local.pdf](http://www.apambiente.pt/_zdata/Instrumentos/GestaoAmbienta/A21L/Guia%20Agenda%2021%20Local.pdf)).

O design participativo aposta na abordagem da Agenda 21<sup>39</sup> para alcançar o desenvolvimento sustentável, o que enfatiza a importância do envolvimento de populações inteiras na efectivação da mudança em larga escala com vista a conciliar a protecção do ambiente com o desenvolvimento económico e a coesão social. O pressuposto é que, sem visões partilhadas, apenas serão possíveis soluções de curto prazo e, estas não são susceptíveis de serem as soluções mais sustentáveis. As visões partilhadas, obtidas através de processos colaborativos como o design participativo, são mais propensas a oferecer soluções de valor sustentáveis a longo prazo (Chick & Micklethwaite, 2011, p.47).

Através da participação os designers desempenham uma função essencial na transformação de atitudes e comportamentos individuais e colectivos que ganham uma nova dimensão ao pensar no ambiente em termos do planeta e nas grandes questões da nossa era de forma global.

Os designers participativos não afastam, antes pelo contrário, agregam, transformam e distribuem os conteúdos providos do(s) utilizador(es) além de viabilizarem a estruturação de comunidades de utilizadores através de suas acções. Através do design participativo é possível melhorar a qualidade do produto e do processo de concepção, que é o seu compromisso principal.

Usar os métodos do design pela prática, como maquetes e protótipos é outro compromisso central do Design Participativo porque têm permitido aos “trabalhadores co-



mun” usarem as suas competências ao participarem no processo de design<sup>40</sup> (Robertson & Simonsen, 2013, p.6).

Este método de aprendizagem à medida que se avança no trabalho implica aprender com os próprios erros e aperfeiçoar os caminhos já conhecidos, atitude que melhora o envolvimento do participante no processo e encoraja a uma comunicação e partilha mais eficazes entre os designers, os utilizadores e outros intervenientes.

A maioria das pesquisas nesta área tem-se dedicado a desenvolver novos métodos, técnicas e ferramentas. Os métodos de fazer design participativo devem ser interpretados como um conjunto de princípios ou uma metodologia que passa por questões estruturantes como a distribuição e coordenação das tarefas, que corresponde à organização dos princípios, as directrizes a seguir e as técnicas e as ferramentas a serem seleccionadas. Contudo, estas metodologias devem ter a necessária flexibilidade para se adequarem a cada projecto ou situação específicos. Isto é, devem constituir um conjunto de princípios, os quais, numa situação particular, têm de ser reduzidos para um procedimento apropriado e singular (Bratteteig *et al.*, 2013, p.118).

Andersen *et al.* (1990) descrevem o método a partir dos seguintes elementos: a área de aplicação; a perspectiva; as directrizes, isto é, as técnicas, as ferramentas e a organização de princípios.

A área de aplicação refere-se ao tipo de actividades que se pretendem desenvolver, isto é, o seu âmbito. Dependendo do projecto que se pretende desenvolver, o método a aplicar será diferente.

Sendo um método construído com base em alguns pressupostos do projecto e do que, no geral, nos rodeia, o dito projecto deve ser realizado de modo a favorecer a sua participação nas decisões. A perspectiva é pois, conferida ao projecto a partir das opiniões e sugestões do utilizador.

Por seu turno, as directrizes são recomendações para se executar o processo do projecto. Existem três tipos de directrizes: as técnicas, as ferramentas e a organização de princípios. As técnicas consistem em explicar como proceder para a realização de actividades específicas e investigar as práticas actuais. As

40] T.L. de: Using design-by-doing methods, such as mock-ups and prototypes is another central commitment of Participatory Design because these have enabled ‘ordinary workers’ to use their skills when participating in the design process.

ferramentas são instrumentos concretos que servem de suporte às técnicas vigentes e são utilizadas na criação de descrições de produtos intermédios, ou para facilitar as oficinas criativas onde os utilizadores colaboram com os designers na visualização do produto criado. A organização de princípios consiste no modo de distribuir e coordenar as tarefas do processo de design e de organizar o conjunto de actividades inter-relacionadas, bem como os agentes a envolver no projecto (Bratteteig *et al.*, 2013, p.119).

Como se verifica o método do design participativo contempla os utilizadores e as pessoas intervenientes, envolvendo-os nas múltiplas actividades e visando a resolução de potenciais conflitos de visões sobre a funcionalidade e/ou forma do produto.

### 1.3.1 COMUNIDADE E O DESIGN PARTICIPATIVO

Historicamente, a profissão de designer gráfico dependia de modelos de relações comerciais ligadas à tradição que incentivavam a transmissão de mensagens corporativas singulares – “monólogos”. O design participativo veio substituir tais “monólogos” por “conversas”, fazendo assim, com que as mensagens passassem a ser menos controladas e as pessoas menos manipuladas por estruturas consolidadas de poder. Este processo de associação de vozes individuais na comunidade fortalece a expressão democrática no que respeita a movimentações cívicas e a modelos tradicionais do pequeno negócio, que se vêem actualmente ameaçados pelas grandes corporações.

Subjacentes ao design participativo existem, de acordo com Greenbaum (1993); Kensing & Blomberg, (1998); Beck, (2002), dois princípios de base. Um consiste na ideia de que os indivíduos exercem uma determinada actividade, incluindo o seu trabalho, e sabem, de um modo geral, mais sobre esta realidade, do que qualquer outro. Assim, envolvendo-os na concepção dos produtos que vão usar, os resultados tendem a ser mais bem-sucedidos. Mas este princípio também expressa a postura ética, que respeita as competências das pessoas e os seus direitos para apresentarem as suas próprias actividades aos outros. O ponto importante é que a postura ética relativa à criação do produto não se sobrepõe à qualidade e ao valor dos resultados. Indivíduos e

actividades devem ser desenvolvidas por e com aqueles que compreendem o projecto (Robertson & Wagner, 2013, p.65).

Outro princípio consiste no desenvolvimento e na utilização de processos e ferramentas que permitam que designers, utilizadores e outras partes interessadas aprendam uns com os outros, através da compreensão das perspectivas e das prioridades de cada um. Só assim, se obtém uma comunicação mais robusta entre os envolvidos no projecto e, em consequência, a resultados superiores.

O sucesso dos resultados está fundamentalmente ligado aos diferentes contributos para o seu design. É por isso que os estudos etnográficos são comuns nos projectos de design participativo, pois estes permitem que os designers desenvolvam raciocínios sobre a experiência vivida de quem vai utilizar um novo produto e sobre o contexto em que o vai fazer (Robertson & Wagner, 2013, p.65). É também, esse o motivo que destaca a prototipagem no design participativo. Os protótipos constituem-se como modelos de parte do projecto que está em desenvolvimento e que podem ser vistos, interrogados e analisados por um grupo diversificado de pessoas participantes no processo.

Jenkins (2010) afirma que a emergência da cultura participativa é a reafirmação das práticas e lógicas da cultura popular, baseada no amadorismo ou numa perspectiva mais alheia às condicionantes económicas, face a uma centena de anos de produção de cultura de massas, desenvolvida por um número restrito de profissionais e consumida por vastos públicos. Agora recuperou-se uma maior capacidade para criar e estão a formar-se comunidades em torno das práticas de produção e circulação cultural.

A própria comunidade de design pediu mais responsabilidade social através de tratados, como *First Things First Manifesto 2000*<sup>41</sup>:

Nós propomos uma inversão de prioridades a favor de formas de comunicação mais úteis, duradouras e democráticas – um afastamento mental do marketing de produto para a exploração e a produção de um novo tipo de significado. A latitude do

41] *First Things First Manifesto* foi escrito em 1963 e publicado em 1964 pelo designer Ken Garland, juntamente com outros 20 designers, fotógrafos e estudantes. O manifesto foi uma reacção à firme sociedade da Grã-Bretanha dos anos 1960 em que se apelava a um design mais humanista. Posteriormente foi revisto e republicado por um grupo de novos autores no ano de 2000 e passou a ser denominado *First Things First Manifesto 2000*.

Cf. <http://www.designhistory.com/1960/first-things-first> e <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/First-ThingsFirstManifesto2000> by Jonathan Barnbrook *et al.*

42] We propose a reversal of priorities in favor of more useful, lasting and democratic forms of communication - a mindshift away from product marketing and toward the exploration and production of a new kind of meaning. The scope of debate is shrinking; it must expand. Consumerism is running uncontested; it must be challenged by other perspectives expressed, in part, through the visual languages and resources of design.

43] Cf. <http://www.designersaccord.org/>

debate está a reduzir-se e deve ser expandida. O consumismo tem ganho terreno sem contestação; deve ser desafiado por outras perspectivas expressas, em parte, através das linguagens visuais e dos recursos do design<sup>42</sup>.

Mais recentemente o *Designers Accord*<sup>43</sup> com início em 2007, também veio defender a importância de uma comunidade criativa a nível global, com um fórum em que a ética, as práticas e as responsabilidades sejam debatidas. Através da construção de projectos que expressam e ligam os indivíduos, os designers podem combater visões singulares da cultura, abrindo espaço para a multiplicidade de vozes ansiosas por se expressarem. Se os parâmetros dos projectos estabelecidos pelo designer forem bem-sucedidos, outras comunidades poderão vir a emergir (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.26).

Através de projectos participativos, os designers estabelecem plataformas para a interacção social. A reciprocidade de ideias e outros contributos entre o utilizador e o designer ou entre diversos utilizadores convertem-se num diálogo de descoberta e negociação. Os designers, como construtores da comunidade, agregam valor e são valorizados por um público que está cada vez mais ansioso pelo seu envolvimento (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.17).

A maioria dos utilizadores adere a projectos participativos ou de auto-recreação, ou satisfação, no plano afectivo e societal, de se relacionarem com outras pessoas, o que dispensa qualquer compensação monetária. Tal como Yochai Benker afirma:

Para todos nós, chega um momento num determinado dia, semana e mês, todos os anos e em diferentes graus durante a nossa vida, quando escolhemos agir de alguma forma, voltados para o cumprimento das nossas necessidades sociais e psicológicas, e não para as nossas necessidades de trocas de mercado. É essa parte da nossa vida e da nossa estrutura motivacional que gera marcas de produção social, e sobre as quais se prospera <sup>44</sup> (Benker, 2006, p.98).

44] T.L. de: For all of us, there comes a time on any given day, week, and month, every year and in different degrees over our lifetimes, when we choose to act in some way that is oriented toward fulfilling our social and psychological needs, not our market-exchangeable needs. It is that part of our lives and our motivational structure that social production taps, and on which it thrives.

Numa sociedade de indivíduos que procuram forjar laços com outros indivíduos ou pertença a grupos, os designers participativos e os seus clientes podem destacar-se como construtores

da comunidade. Neste sentido, os projectos participativos, podem tirar pleno partido das redes sociais existentes, construindo capital social para ambos, designer e colaboradores através do envolvimento do utilizador. As relações estabelecidas promovem o designer, o cliente e ainda são passíveis de produzir uma multidão recém-desperta de criativos amadores (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.21). O designer e os seus clientes podem beneficiar com este tipo de projectos, não só pelo capital social granjeado, mas também de forma mais tradicional, pelo gosto de convidarem as pessoas a contribuir.

Ao assumirem uma atitude de abertura aos elementos de uma comunidade durante as fases de concepção, desenvolvimento de conceitos e planeamento de estratégia, os designers tornam-se mais acessíveis, podendo vir a estabelecer relacionamentos duradouros com o público activo. A cultura participativa permite-lhes envolver outras pessoas no seu trabalho sem demandar uma recompensa financeira. A gratificação pode materializar-se de outra forma, incluindo reputação e reconhecimento (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.47).

Os praticantes do design participativo partilham uma mundividência, porque reconhecem as pessoas como participantes activos na génese do mundo que os rodeia. A motivação ética que imbui o design participativo leva os seus praticantes a apoiar e melhorar as relações entre indivíduos, a organização dos seus núcleos relacionais, da sociedade e, por extensão do seu mundo. Esta motivação ética constitui a essência e a estrutura do design participativo em termos da sua definição e desenvolvimentos futuros. Só assim ele poderá continuar a existir, comprometendo-se a trabalhar em conjunto para construir um futuro melhor (Robertson & Wagner, 2013, p.65).

Desenvolver métodos de design que permitam às pessoas trabalhar em conjunto para imaginar e, em seguida, projectar novos tipos de tecnologias, espaços e produtos sempre foi a força e o foco do design participativo que tem como principais contribuições a pesquisa e a prática (Robertson & Wagner, 2013, p.65).

### 1.3.2 MODULARIDADE E FLEXIBILIDADE NO DESIGN PARTICIPATIVO

Modularidade e flexibilidade são duas características essenciais do design participativo tal como ele tem vindo a realizar-se. A este binómio acresce o recurso quase sempre imprescindível às tecnologias mais avançadas e, de modo muito óbvio, à informática.

No que respeita à modularidade, ela é um factor inerente ao design participativo contribuindo para a solução dos seus projectos. Em geral, ela é descrita como um grupo de unidades ou módulos, que compõem um sistema maior. Tais módulos, embora estruturalmente independentes, conseguem ser trabalhados em conjunto devido à existência de interfaces padronizadas.

Armstrong & Stojmirovic (2011) afirmam que o termo modularidade pode ser visto segundo duas perspectivas, particularmente apropriadas para a profissão de designer: como a estrutura formal de uma multi-unidade<sup>45</sup> de design, ou como uma divisão de trabalho utilizada para resolver um problema de design. A primeira, como a estrutura formal de uma multi-unidade de design para a qual o utilizador pode contribuir com conteúdo: um sistema modular *versus* uma solução fixa singular e mais tradicional. A segunda, como uma divisão de trabalho utilizada para resolver um problema de design de forma colaborativa. Esta abordagem privilegia o processo criativo, de que é exemplo a estrutura descentralizada da *internet*, capaz de expandir o alcance de um único projecto para uma multidão de pessoas.

Os projectos de design podem manter-se eternamente inacabados, isto é, assumirem-se como trabalhos em progresso. Neste sentido, eles existem como sistemas de peças que os utilizadores constroem e personalizam, podendo ligar milhares de pessoas. Já não se verifica a entrega de um produto ou artefacto final ao cliente; os designers passam a facultar ferramentas aos utilizadores de forma orientada de modo a que estes últimos se envolvam no projecto e desenvolvam o produto de maneira única e personalizada.

A *MeBox* (figuras 18 e 19) é um bom exemplo de sistema de armazenamento personalizável desenvolvido pela empresa londrina Graphic Thought Facility. A *MeBox* é uma caixa em que o cliente pode extrair os discos perfurados, que se encontram,

45] Termo aqui equivalente a uma pluralidade de unidades.



nas suas superfícies laterais, de modo a criar iniciais, números, símbolos e textos. Quando montada, a caixa exhibe a mensagem do cliente, pois tem dupla espessura, aparecendo a mensagem em contraste num fundo colorido. A *MeBox* não só incentiva à participação, como a exige e fá-lo de forma divertida e criativa.



Figura 18 e 19, *MeBox*, Graphic Thought Facility, 2002,  
([www.graphicthoughtfacility.com](http://www.graphicthoughtfacility.com))

A modularidade torna projectos como este possíveis fraccionando soluções e processos de design em sistemas, em vez de levantar barreiras entre designers e utilizadores activos. Baseada na repetição e na redução a modularidade tornou-se um *modus faciendi* popular durante a segunda metade do século XX, estando a ser retomada mais recentemente como resposta às solicitações da cultura participativa.

Sublinhe-se que a tecnologia continua a capacitar o designer para trabalhar com módulos cada vez mais flexíveis passíveis de personalizar e transformar as soluções desejadas. Através da nova modularidade, o designer pode delinear soluções inovadoras e produtivas (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.63). Por exemplo, Aaron Koblin<sup>46</sup> desenvolveu, com a colaboração de Chris Milk<sup>47</sup>, *The Johnny Cash Project*, em 2009, que consiste em desenhos feitos à mão por cada participante, posteriormente colocados como fotogramas para animação de uma música de Johnny Cash intitulada *Ain't no Gave*, criando assim um vídeo (figura 20).

46] Aaron Koblin (Janeiro 1982-) é designer, artista, programador e empresário especializado em dados e tecnologias digitais.

47] Chris Milk (1975/1976-) é empreendedor, produtor musical, fotógrafo e artista.



Figura 20, *Fotograma de um participante*, The Johnny Cash Project, 2009, (www.aaronkoblin.com)

O vídeo de Koblin entrelaça todas as contribuições dos participantes, fazendo, assim, uma homenagem a Cash. Segundo Koblin (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.67), este projecto representa a continuação da existência do cantor, mesmo depois da sua morte, através da música e dos fãs. Em Abril de 2010, fãs de todo o mundo contribuíram com 4600 fotogramas e ainda hoje, quem desejar, pode ir ao *site* do projecto e participar ou visualizar todos os contributos até ao momento (figura 21).



Figura 21, *Site The Johnny Cash Project*, 2009, (www.thejohnnycashproject.com)



Outro projecto desenvolvido por Aaron Koblin ilustrativo desta abordagem modular, foi *The Thousand Cents*, em 2008, que teve a colaboração de Takashi Kawashima<sup>48</sup> (figura 22).

48] Takashi Kawashima é designer de produto interactivo.



Figura 22, *The Thousand Cents*, 2008, (www.tenthousandcents.com)

Trata-se de uma obra de arte digital que resultou na representação de uma nota de cem dólares. Utilizando uma ferramenta de desenho personalizada, milhares de indivíduos trabalharam de forma isolada pintando uma pequena parte da nota (figuras 23 e 24) e receberam o pagamento simbólico de um centavo por utilizarem a ferramenta de desenho *Mechanical Turk* da *Amazon*. Ao contrário de *The Johnny Cash Project*, em que os participantes sabem qual é o contexto da sua contribuição, em *The Thousand Cents*, os indivíduos trabalharam sozinhos, sem conhecimento prévio do propósito da sua colaboração. Os desenhos foram reunidos todos numa peça final no site do projecto: *www.tenthousandcents.com*. Pode afirmar-se que esta iniciativa explora as circunstâncias em que vivemos, combinando o novo e o desconhecido nos mercados de trabalho digital, o *crowdsourcing*<sup>49</sup>, a economia virtual, e a reprodução digital.

49] *Crowdsourcing* é o processo de obtenção de serviços, ideias ou conteúdos através da solicitação de contribuições por um grupo variado de pessoas e, especialmente, a partir de uma comunidade *on-line*, ao invés de usar os meios tradicionais, como uma equipa de profissionais contratados.

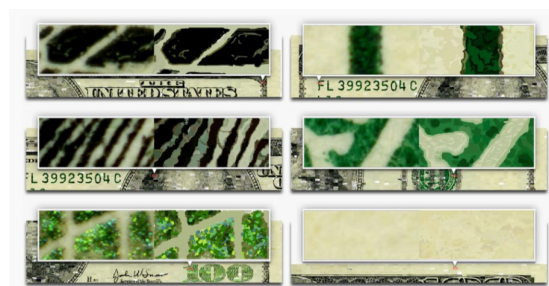


Figura 23 e 24, *Imagem com pormenor de desenhos dos participantes*, *The Thousand Cents*, 2008, (www.tenthousandcents.com)

A modularidade pode, também, reconstituir o processo do projecto em si. Funciona como uma estrutura chave organizadora, proporcionando a independência e a flexibilidade necessária para que designers e utilizadores trabalhem de forma colaborativa através do tempo e do espaço. As experimentações com tais estruturas sugerem tipos revolucionários de trabalho que já não estão limitados pelas horas do dia ou pelo número de trabalhadores num escritório. Seja como uma direcção para novas tipologias geradoras de trabalho, seja como um modelo viável de colaboração em grande escala, a modularidade convida à participação e pode mudar tudo, especialmente para o designer (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.63).

A flexibilidade enquanto faceta definidora da atitude adoptada presentemente por designers e utilizadores assinala uma mudança de atitude em relação à marca.

Carlos Coelho define a marca como “aquilo que resulta do conjunto das acções e manifestações de uma empresa, de um produto ou de um serviço; do seu lado material e concreto, do seu lado imaterial e ficcionado” (Coelho & Rocha, 2007, p.41). Aten-ta também, que uma marca de sucesso é aquela que consegue ter equilíbrio entre o “lucro” da organização e o “lucro” do consumidor. Considera-se “lucro”, não no seu sentido mais comum, ou seja, de dinheiro, mas antes numa visão holística do consumo, em que os consumidores, para além de procurarem funcionalidades concretas nos produtos ou serviços, pretendem satisfazer as aspirações e os estados de espírito, estando assim, dispostos a pagar pelas marcas.

A marca de qualquer empresa responde, pois, ao conjunto das expectativas que tanto os empresários, como os accionistas e os clientes ou utentes esperam desse produto. As grandes empresas ou corporações têm apostado fortemente na criação das suas marcas enquanto processo identitário da própria entidade empresarial associando-lhe dados de natureza mais intangível que se prendem com os factores motivacionais e os objectivos a alcançar (Olins, 2005).

De um ponto de vista histórico, a marca começou por se alicerçar em princípios de solidez e fiabilidade. A cultura participativa, porém, desmonta esta tipologia de marca, optando por conceitos como a oscilação, a imprevisibilidade da forma, dando

assim origem à noção de marca flexível para a qual os designers utilizam módulos e modelos e constroem sistemas de identidade que capacitam os utilizadores (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.87).

A expressão “marca corporativa”, associada portanto aos grandes grupos empresariais e própria de um mundo com relações comerciais consolidadas e estratificadas, remete precisamente para marcas firmes, acompanhadas por rigorosas directrizes. Durante a primeira metade do século XX, os designers modernistas vieram reduzir a comunicação à forma mais simples, e após a Segunda Guerra Mundial os logotipos como forma identitária iconográfica de apreensão quase imediata surgiram associados às multinacionais recém-formadas que desejavam aparecer unificadas, fortes e singulares. Designers como Paul Rand<sup>50</sup> e Lester Beall<sup>51</sup> criaram sistemas de identidade detalhados, por forma a tentar inverter a diversidade caótica das grandes entidades, tais como, a UPS<sup>52</sup>, a *Westinghouse*<sup>53</sup>, a ABC<sup>54</sup> e a *International Paper Company*<sup>55</sup> (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.87).

Enquanto emergiam os logotipos das empresas no mundo dos negócios, as comunidades intelectuais começaram, ironicamente, a desconstruir o conceito geral de identidade singular e de mensagem universal. Na década de 1960, autores pós-estruturalistas destacavam a natureza delicada do significado, afirmando que uma mensagem única e controlada construída por um único autor era tarefa impossível. As obras, de autores como Roland Barthes<sup>56</sup> ou Umberto Eco<sup>57</sup>, são consideradas pelos mesmos “abertas”, ou seja, a experiência e interpretação do utilizador é potencialmente diferente a cada leitura.

Nas décadas de 1970 e 1980, os designers pós-modernistas, como Katherine McCoy<sup>58</sup>, Lorraine Wild<sup>59</sup>, Dan Friedman<sup>60</sup> e April Greiman<sup>61</sup>, utilizaram este conceito de significado múltiplo, ou seja, de obra aberta, exigindo que o público interpretasse arduamente os seus complexos projectos. No entanto, apesar desta desconstrução e pluralidade, a marca corporativa manteve-se intacta, na generalidade, ao longo do século XX (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.87).

Os utilizadores da nossa era comunicam, consomem e criam, frequentemente em simultâneo, conforme interagem com

50] Paul Rand (Agosto 1914–Novembro 1996) foi um importante designer gráfico. Ao longo da sua carreira de 60 anos foi director de arte, docente, escritor e consultor de design de empresas como a IBM, ABC e UPS.

51] Lester Beall (1903–1969) foi designer gráfico e um dos principais defensores do design gráfico modernista nos Estados Unidos da América.

52] *United Parcel Service*, mais conhecida por UPS, é uma das maiores empresas de logística do mundo, distribuindo diariamente mais de 14 milhões de encomendas em mais de 200 países.

53] *Westinghouse Electric & Manufacturing Company* é uma empresa ligada ao ramo da indústria eléctrica.

54] A *American Broadcasting Company*, mais conhecida pela sigla ABC, é um grupo mediático comercial dos Estados Unidos da América, que inclui vários meios de comunicação, sendo a rede de televisão e a estação de rádio as mais conhecidas.

55] A *International Paper* é uma empresa dos Estados Unidos da América do ramo do papel e da celulose.

56] Roland Barthes (Novembro 1915–Março 1980) - “Death of the Author”. In Bishop, C. (2006). *Participation*. Cambridge: The MIT Press. pp. 41-48.

57] Umberto Eco, “The Poetics of the Open Work”. In Bishop, C. (2006). *Participation*. Cambridge: The MIT Press. p. 22.

58] Katherine McCoy (Outubro 1945-) é designer gráfica e profes-sora, conhecida pelo trabalho como co-presidente do programa de design pós-graduação da Cranbrook Academy of Art.

59] Lorraine Wild (1950?-) é designer gráfica, escritora, historiadora de arte, e professora de arte do design.

60] Dan Friedman (1945-1995) foi professor, designer gráfico e de mobiliário. Foi um dos principais contribuintes para os movimentos pós-modernos de tipografia.

61] April Greiman (Março 1948-) é designer. Reconhecida como uma das primeiras designers a utilizar a tecnologia do computador como ferramenta de design.

a marca. Actualmente as empresas tentam estabelecer mecanismos para essa participação. Criam *sites* interactivos para estes fazerem o seu próprio anúncio publicitário, criam concursos para o utilizador desenvolver os produtos, gerem modelos para a personalização das suas compras e *blogs* editoriais repletos de diálogos relacionados com a marca, bem como revistas corporativas *on-line* em busca de comentários e classificações dos utilizadores. Em simultâneo, os utilizadores desenvolvem os seus próprios canais de divulgação: os *blogs* dedicados à marca, os clubes de fãs nas redes sociais, as avaliações e os comentários. Segundo Armstrong & Stojmirovic (2011) esta participação promove, por vezes, uma mensagem corporativa pré-definida, embora, mais frequentemente, os utilizadores se apoderem das marcas, reconstituindo o seu significado.

Os designers respondem aos consumidores activos desmembrando a marca singular e tradicional, colocando a ideia de participação ainda mais no campo dos utilizadores, dando a hipótese de o resultado final ser escolha destes. Nolen Strals e Bruce Willen da Post Typography, dão a possibilidade ao utilizador de escolher a forma final do logotipo. Em 2010, na campanha da marca *Splice Today*<sup>62</sup>, uma revista *on-line* com um público jovem que entende muito sobre o funcionamento e a utilização da *internet*, a *Splice Today* solicitou aos seus utilizadores que desenhassem e enviassem logotipos para o crescimento da base de dados. Esta revista exhibe a sua marca através do logotipo em mudança constante no *site* (figuras 25 e 26).

62] Cf. [www.splicetoday.com](http://www.splicetoday.com)

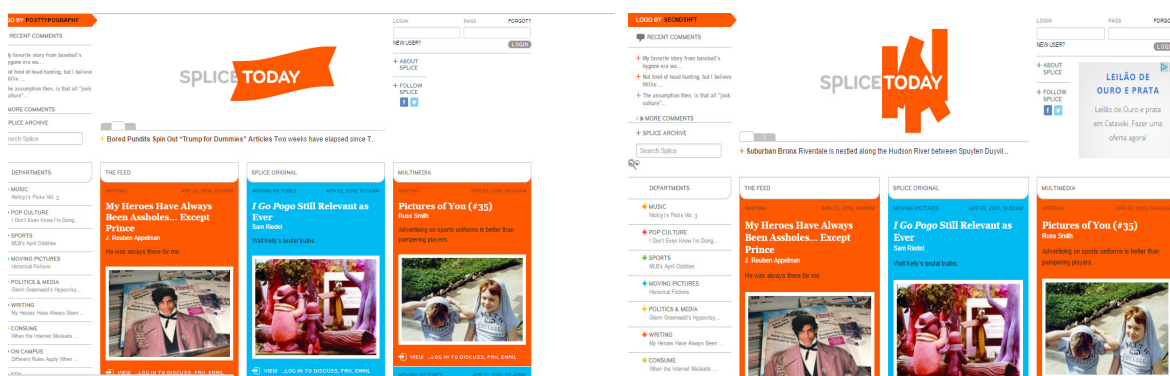


Figura 25 e 26, *Site Splice Today*, Nolen Strals e Bruce Willen, 2010, ([www.splicetoday.com](http://www.splicetoday.com))

Tal como acontece no *site* da *Splice Today*, cada aplicação de estacionário utiliza uma versão diferente da identidade corporativa, como se verifica pelo cartão-de-visita de cada funcionário com um logotipo único, criado pelo e para o próprio.

Como no exemplo anterior, também, no projecto do estúdio Mirko Ilic, existe flexibilidade no design participativo. Em 1998, o estúdio Mirko Ilic participou na divulgação da identidade corporativa para a *14th International Show of Drawings/Comics* na Galeria Moderna em Rijeka, na Croácia. Neste caso, a função da marca como modelo permanece fixa; contudo, os utilizadores podem preencher o conteúdo à mão, replicando o processo de contar histórias celebrado na exposição (figuras 27 e 28).

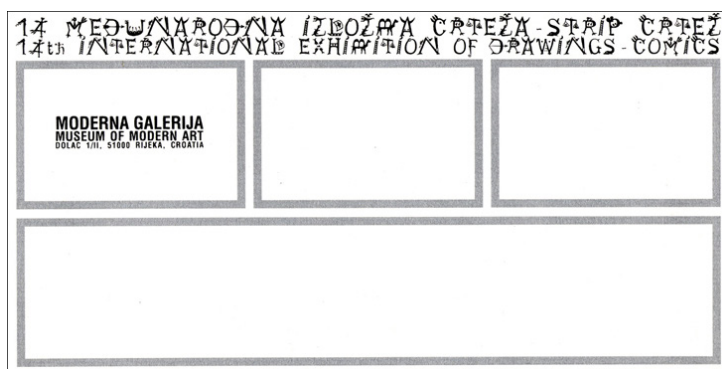


Figura 27 e 28, *Identidade Corporativa para a 14th International Show of Drawings/Comics*, estúdio Mirko Ilic, 1998, (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.90)

Estes dois trabalhos, *Splice Today* (2010) e *Identidade Corporativa para a 14th International Show of Drawings/Comics* (1998), aproveitam ao máximo o conceito de identidade como matriz a ser desenvolvida depois pelo participante. “O designer torna-se um facilitador, um criador de recipientes em vez de artefactos estáticos”<sup>63</sup> (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.92). Vários estudos argumentam que, quando os consumidores preenchem os espaços em branco, superam os elementos publicitários, já que os consumidores têm a autenticidade que é difícil de se conseguir de outra forma (Cova, Kozinets, & Shankar, 2012, pp.20-21).

Ao transformar sistemas e modelos, as marcas contemporâneas não só respondem a uma maior cultura participativa, como reflectem, também, a estrutura da empresa. Os designers não têm a reear a grande mudança operada, de indivíduo para

63] T.L. de: The designer becomes an enabler, a creator of “vessels or shells” rather than static artifacts.



grupos de pessoas, de um único artefacto para um sistema generativo, de uma marca corporativa para a identidade flexível.

As marcas flexíveis nutrem impulsos participativos, permitindo que os utilizadores participem frontalmente na elaboração da identidade corporativa. Durante anos, os investigadores têm realçado a tendência dos consumidores para a auto-realização através das marcas: as pessoas descobrem quem são através do que compram e, como consumidores activos de marcas, estabelecem ligações com as comunidades de nicho (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.95).

Para Cova, Kozinets, & Shankar (2012, p.5) este “consumo de recursos culturais que circulavam pelos mercados não são a condição *sine qua non*<sup>64</sup> da vida contemporânea. São antes facilitadores das chamadas relações sociais significativas”<sup>65</sup>. Os designers viabilizam a participação e reforçam os nichos das comunidades mais fracas, pois investem os utilizadores dos poderes necessários para construírem grupos comunitários intervenientes capazes, efectivamente, de responder às marcas. Os utilizadores são envolvidos, redireccionados, e, por vezes, mesmo manipulados, para o bem dos seus interesses e preocupações (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.95).

A tecnologia sempre constituiu uma forma de mudança e progresso em todas as actividades humanas. A informática não constitui excepção a esta mais-valia e, no que toca ao design participativo, a compreensão de código informático (algoritmos) pode proporcionar aos designers abordagens mais orientadas para processos sustentados no conteúdo do utilizador e na serendipidade. A entrada de certos dados, transforma-se em algo que é crucial para os projectos de design generativo<sup>66</sup> participativo. Com este objectivo, os designers desenvolvem estruturas de algoritmos que os utilizadores sustentam com conteúdo e do processo emerge algo inteiramente novo e, às vezes, imprevisível.

Os designers têm trabalhado, há várias décadas, a tentar transformar a complexidade e o caos em clareza e simplicidade (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.117). De uma forma quase cartesiana os designers abordam os problemas e buscam a sua resolução imitando o mundo natural: partem da construção de sistemas complexos para a decomposição em mensagens de etapas que são

64] sem a/o qual não; indispensável.

65] T.L. de: consumption of cultural resources circulated through markets are not the *sine qua non* of contemporary life, rather, they facilitate what are - meaningful social relationships.

66] Design generativo é um método de projecto em que a saída de imagem, som, modelos arquitectónicos ou animação é gerada por um conjunto de regras ou por um algoritmo, normalmente utilizando um programa de computador.

codificadas e repetidas atingindo finalmente uma resposta simples.

O processo de fraccionamento do projecto em etapas corresponde à unicidade expressiva de cada interacção. Assim, milhares de versões exclusivas não se tornam mais dispendiosas de se projectar e produzir do que mil cópias com uma única solução. Em contraste com a forma mais tradicional de design, os designers podem concentrar-se na criação de parâmetros em vez de criarem um produto acabado.

O design generativo não corresponde necessariamente a um projecto participativo, na medida em que os sistemas de algoritmos podem ser totalmente automatizados e auto-suficientes, sem o envolvimento de dados externos. No entanto, muitos designers generativos convidam os utilizadores a dar contribuições cuja imprevisibilidade adiciona um elemento aleatório, que vai estimular a natureza automatizada do sistema.

Em 2008, o estúdio holandês de design gráfico e interactivo Lust<sup>67</sup>, criou a instalação de um cartaz interactivo *A Poster Wall for the 21st Century* (figura 29) para a abertura do novo Museu de Design Gráfico em Breda, Holanda. 67] Cf. [www.lust.nl](http://www.lust.nl)



Figura 29, *A Poster Wall for the 21st Century*, Lust, 2008,  
([www.lust.nl/projects-3041](http://www.lust.nl/projects-3041))

Este cartaz interactivo além de ter estado como instalação no museu, foi lançado *online*. Diariamente o cartaz interactivo constitui-se a partir de seiscentos cartazes gerados de forma au-

tomática neste museu, usando o conteúdo recolhido a partir de várias fontes da *internet*. A cada cinco minutos, um novo cartaz é criado *online*, sendo gerados também, automaticamente novos cartazes sempre que ocorrem eventos físicos no espaço. Por exemplo, quando os visitantes entram, e tocam nas mesas ou se aproximam da própria parede. Através da utilização de um algoritmo, os cartazes exibem um conteúdo que abrange grande variedade de tópicos, tais como, eventos culturais, notícias e meteorologia, constantemente actualizados<sup>68</sup>. *A Poster Wall for the 21st Century* está em itinerância pelos Estados Unidos da América desde 2010 e foi exibido no Centro de Arte Walker, em Minneapolis, no Cooper Hewitt, em Nova Iorque e no Museu Hammer em Los Angeles.

68] Cf. <http://lust.nl/#projects-3041>

69] Cf. <http://lust.nl/scraper/>

70] *Feed* é um formato de dados utilizado em comunicação em que o conteúdo é actualizado frequentemente, como *sites* (sítios) de notícias ou *blogs*.

O desenvolvimento da aplicação *Scraper*<sup>69</sup>, em 2007 (figura 30), foi outro projecto executado pelo estúdio Lust. Consiste em utilizar as notícias do *Google* para gerar um tipo de letra com base na palavra que o utilizador escreveu. Quando consultada, a aplicação *Scraper* procura por *feeds*<sup>70</sup> relacionados com a palavra escrita e emprega os resultados para preencher os caracteres solicitados.



Figura 30, *Scraper light com palavra design*, Lust, 2007, ([www.lust.nl/scraper/](http://www.lust.nl/scraper/))

Uma vez criado a partir dos dados actuais ou de um arquivo de todos os resultados anteriores, gera continuamente conjuntos exclusivos de tipos de letra com cinco características diferentes: fina, regular, médio, negrito e em preto (figura 31). Em nenhum momento o utilizador ou os próprios criadores podem prever a próxima forma visual e o conteúdo destes projectos, “a tecnologia deu-nos o controlo na década de 1990; agora abre o nosso trabalho ao acaso”<sup>71</sup> (Armstrong & Stojmirovic, 2011, p.118).

71] T.L. de: Technology gave us control in the 1990s; now it opens our work to chance.





Figura 31, *Scraper Medium com palavra design*, Lust, 2007,  
([www.lust.nl /scraper/](http://www.lust.nl/scraper/))

Outro projecto, que aborda o design participativo através da tecnologia, é o *Unnumbered Sparks*<sup>72</sup> (figuras 32 e 33) de Aaron Koblin com a colaboração da escultora Janet Echelman, para o 30º aniversário da TED em 2014, no Canadá. Trata-se de uma escultura interactiva no céu, coreografada pelos visitantes em tempo real através dos seus *smartphones* e *tablets*. À noite a escultura ganha vida com a iluminação, tornando-se numa obra de arte visual, numa gigante tela flutuante, controlada pelos visitantes que, através de pequenos movimentos nos seus dispositivos conseguem pintar vibrantes riscos de luz na escultura.

72] Cf. [www.unnumberedsparks.com](http://www.unnumberedsparks.com)



Figura 32 e 33, *Fotografia do projecto Unnumbered Sparks*, 2014,  
([www.unnumberedsparks.com](http://www.unnumberedsparks.com))



## 1.4 DESIGN SOCIAL

Nas décadas de 1960 e 70, Victor Papanek<sup>73</sup> foi dos primeiros autores a abordar a questão das responsabilidades sociais e morais do designer. Na sua obra *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (2009, publicada originalmente em 1971), o autor mostrou um caminho alternativo, ou seja, o desenvolvimento do design orientado para as necessidades da comunidade e não para as vontades do indivíduo:

nesta era de produção em massa quando tudo tem de ser planeado e projectado, o design tornou-se o instrumento mais poderoso com o qual o homem molda as suas ferramentas e ambientes (e, por extensão, a sociedade e ele próprio). Isto requer uma elevada responsabilidade social e moral por parte do designer.<sup>74</sup> (Papanek, 2009, p.ix)

A tónica na responsabilidade moral e social dos designers apontada por Papanek (2009) incentivou-os a visitarem colectivos em países subdesenvolvidos para tomarem contacto com as populações locais e aperfeiçoarem produtos que satisfizessem as suas necessidades.

Surge, assim, uma dimensão social do design que, de certo modo, expande o design para além do seu núcleo e propósito tradicional. Chen *et al.* (2016) reconhecem esse alargamento dos parâmetros de definição, mas questionam-se quanto à determinação dos limites do que se passa a designar como design social.

Victor Margolin<sup>75</sup> deu também o seu contributo para o desenvolvimento da definição de design social. Em *Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies* (2002), tendo analisado a competência do designer para visionar, a partir de um produto, físico ou não, e conseguir remeter os problemas singulares para uma escala grupal e, assim, contribuir para o bem-estar social.

Com a passagem do século XX para o século XXI, os designers têm explorado novas oportunidades para além das disciplinas de design tradicional, contactando com processos sociais de vários tipos, entre os quais, design de interacção, construção da comunidade, sector público, design de serviços, inovação social e

73] Victor Joseph Papanek (Novembro 1923-Janeiro 1998) foi designer e professor. Defensor do design social e ecologicamente responsável por produtos, ferramentas e infra-estruturas da comunidade.

74] T.D. de: in this age of mass production when everything must be planned and designed, design has become the most powerful tool with which man shapes his tools and environments (and, by extension, society and himself). This demands high social and moral responsibility from the designer.

75] Victor Margolin (1941-) é professor de história do design na Universidade de Illinois, Chicago.

design de activismo.

Koskinen & Hush (2016) observam que não há acordo sobre o significado do conceito de design social, defendendo que as motivações podem variar de designer para designer, bem como as ferramentas conceptuais e teóricas. Mais afirmam que todos os designers lidam com objectos sociais de vários tipos, sejam pequenos grupos, sejam comunidades ou organizações formais. É este o esteio ideológico que serve de base ao design social.

Importa esclarecer que “design social” não deve confundir-se com “design para a inovação social”, expressões frequentemente confundidas quanto ao seu significado e objectivos. Na opinião de Manzini (2015, p.64), isso é um erro: as duas expressões referem-se a actividades distintas e têm implicações muito diferentes.

O design para a inovação social surge de três premissas. A primeira provém do adjectivo “social” relacionado com as práticas pelas quais as pessoas constroem a sua sociedade. A segunda é a produção de inovações sociais significativas, soluções baseadas em novas formas sociais e modelos económicos. A terceira consiste nas abordagens à mudança social em prol da sustentabilidade, incidindo tanto nas classes mais desfavorecidas como nos estratos médios e altos. Contribui com alterações que tornam possível reduzir o impacto ambiental, revitalizar bens comuns e reforçar o tecido social.

Na expressão “design social” o adjectivo “social” indicia a existência de situações particularmente problemáticas, como a pobreza extrema, a doença, ou a exclusão social e as circunstâncias decorrentes de eventos catastróficos, em que tanto o mercado como o Estado não conseguem encontrar soluções e que, portanto, representam (ou deveriam representar) a necessidade de uma intervenção por parte de outras entidades. É neste sentido que o adjectivo está presente há várias décadas, no debate do design (Manzini, 2015, p.64).

Em suma este tipo de design também chamado design socialmente responsável abrange preocupações de natureza social, ambiental e economicamente sustentável - três pilares de qualidade de vida definidos e abordados por uma comunidade internacional (Lasky, 2013). Segundo Veiga & Almendra (2014) e Lasky (2013), este campo também tem outras denominações para

além de design social, como sejam, design para a base da pirâmide, design humanitário, design para o desenvolvimento, design socialmente responsável, design para o bem-estar social, design para a mudança social, design para o impacto social e sustentabilidade, design social ambiental económico, design útil, design para a transformação, design para bens públicos. Esta variedade de termos e expressões causam alguma ambiguidade e dispersão no seu significado dificultando a consolidação do campo.

Segundo Veiga & Almendra (2014), o termo “Design Social” é o mais comum no discurso dos designers para descrever e identificar esta área ou prática, isto porque identifica imediatamente o âmbito e o alcance de acção do design, para além de ser um termo holístico e aberto.

O design social define um tipo de design concebido por designers, mas que também inclui os utilizadores finais e participantes sociais. Há também a considerar a vertente estética que imbui o design de um ponto de vista abrangente e, nele, o design social neste sentido Gerald Bast (2017) sublinha a caracterização do design social enquanto arte aplicada: “... design social define-se como um elemento central do conceito de “arte aplicada” e debatido como uma vasta área de estudo. Porque é impossível não influenciar e não alterar o mundo através da arte”<sup>76</sup> (Bast, 2017, p.5). Assim o design social reflecte-se em todas as formas e etapas implicadas na sua actividade, sejam pensamentos, processos, ferramentas, metodologias, competências, sejam histórias e sistemas, para prover aos requisitos de uma sociedade melhor. Daí ser inerentemente pragmático e orientado para os resultados e, ao mesmo tempo, humilde e ambicioso, fundamentalmente optimista e voltado para o futuro (Shea, 2012).

Assim, os designers sociais colocam as necessidades da comunidade que estão a servir acima de tudo, pois, de acordo com os princípios inerentes ao design social, defende-se uma abordagem participativa para integrar as comunidades marginalizadas. O objectivo imediato é produzir conhecimento sobre como o design de serviço pode ser utilizado como ferramenta no desenvolvimento de novos produtos e sistemas de serviços para melhorar o bem-estar social. Uma vez adquirido tal conhecimento e com a

76] T.L. de: ... social design is defined as a central element of concept of “applied art” and discussed as a broad subject area. Because it is impossible not to influence and change the world through art.

sua aplicação, torna-se possível implementar projectos de índole económica e social capazes de contribuir para mudanças paradigmáticas de forma positiva e progressiva.

Do ponto de vista de Thomas Hirschhorn (2017), as relações a estabelecer entre designer e membros de uma comunidade devem efectuar-se de modo concreto, com muita proximidade implicando uma relação entre o designer e o outro equivalente a uma relação entre um Eu e um Tu, uma ponte dialógica que permite o laço empático entre seres humanos de carne e osso. Em consequência, para este autor, o conceito de comunidade pode converter-se em algo demasiado abstracto que denegue as relações que se pretendem construir:

Eu aprendi que a palavra 'comunidade' significa “vaca sagrada” e para a levar a sério e evitar a armadilha de o termo sofrer um abuso político e cair na superficialidade semântica, eu tenho realmente de a tocar, entrar em contacto com ela, contacto próximo, e entrar na “luta interna” – isto é o que 'comunidade' significa substancialmente. Se uma obra de arte é feita em contacto com a comunidade de residentes, o seu entendimento torna-se o entendimento da comunidade. Isto significa que enquanto alguém percebe a obra de uma certa maneira, outra pessoa percebe-a de modo diferente e, ainda uma outra pessoa vê-la-á de uma outra forma. Eu aprendi que não há uma maneira comum, partilhada, de entender a arte. Uma das coisas que entendi, todos os dias, é que o que partilhamos é mais importante que as nossas diferenças<sup>77</sup> (Thomas Hirschhorn, 2017, p.58).

77] T.L. de: I learned that the word 'community' stands for “sacred cow” and in order to take it seriously and avoid the trap of its being politically abused and its semantic superficiality, I really have to touch it, get in contact, close contact, with it and enter the “inside fight” – this is what 'community' substantially means. If a work of art is made in contact with a community of residents, its understanding becomes a community understanding. This means that while someone understands the work in a certain way, someone else does differently, and yet another sees it otherwise. I learned that there is no common – shared – way of understanding art. One of the things I understood – every day – is that what we share is more important than our differences.

Para Fuad-Luke (2009) todo o design é social, é uma continuação do instinto humano e facilita a materialização do mundo, embora o termo possa apresentar diversos significados. Todavia, para este autor a melhor definição é a que se refere ao desenvolvimento de um modelo social de design e a um processo de design destinado a contribuir para melhorar o bem-estar dos indivíduos, satisfazer as necessidades humanas e promover a melhoria da “qualidade social” (Fuad-Luke, 2009). Logo, se o termo “design” tem como referente a resolução de problemas e

a resposta a necessidades, a palavra “social” aponta diretamente para os problemas, as necessidades ou questões relacionadas com a sociedade, grupos de pessoas, comunidades, indivíduos, cidadãos, seres humanos (Veiga & Almendra, 2014).

Já Koskinen & Hush (2016) perspectivam a questão a partir das motivações e das ferramentas, distinguindo três abordagens de “design social”: design social utópico, design social molecular e design social sociológico, considerando que a diferença, não é tanto no projecto real, mas sim na estrutura conceptual e motivacional do trabalho.

No que respeita ao design social utópico, este conceito radica no pensamento de Margolin, V. & Margolin, S. (2002) para quem as intervenções de trabalho social se devem efectuar como um modelo de design social, o que transforma o design numa disciplina orientada para o mercado, para algo que serve “as pessoas com baixos rendimentos ou necessidades especiais devido à idade, saúde ou Incapacidade” (Margolin, V. & Margolin, S., 2002, p. 25). A vertente utópica advém do posicionamento visionário de uma “boa sociedade”, levando o designer a abordar questões do mundo real de uma forma aberta.

O valor de tais projectos visionários tem sido o de prover um espaço para aspirações que não têm outro lugar para a expressão. Embora reconhecendo o valor aspiracional dos ideais utópicos, o projecto da Boa Sociedade deve ir mais além. Apesar de energizado e animado pelo pensamento utópico, aborda situações do mundo real e poderia ser realizado por acções do mundo real. No entanto, ao contrário da imagem da nave espacial Terra, que é uma entidade fechada, a Boa Sociedade está aberta e está a ser moldada por milhares de pessoas e não apenas grupos de especialistas que estão a pilotar a nave espacial<sup>78</sup> (Margolin, 2015, p. 41).

Mesmo admitindo que as estruturas da sociedade funcionam bem, Margolin (2015) entende que o design pode revelar-se uma actividade produtiva capaz de ajudar a construir uma Terra

78] T.L. de: The value of such visionary projects has been to provide a space for aspirations that have no other locus for expression. While recognizing the aspirational value of utopian ideals, the Good Society project should move beyond them. Though energized and animated by utopian thought, it addresses real world situations and could be realized by real world actions. However unlike the image of Spaceship Earth, which is one of a closed entity, the Good Society is open and is being shaped by thousands of people and not just groups of experts who are piloting the spaceship.



segura, equitativa e limpa. Para tal apontou as questões de política global a serem intervencionadas por este design utópico: o crescimento populacional, o envelhecimento, as mudanças climáticas, o aumento e talvez o consumo insustentável de recursos naturais, o sistema financeiro fora de controlo, níveis inaceitáveis de desigualdade, perda de oportunidades de emprego devido a sistemas de robotização e automação de tarefas e crenças religiosas fundamentalistas.

Neste sentido, Margolin vê o design como forma de ajudar os indivíduos a repensarem como se podem organizar na sociedade global, assegurando uma distribuição justa de riqueza e direitos como a educação, a alimentação e a habitação de modo a garantir o bem-estar de todos (Margolin, 2015, p.38).

Não obstante, muitos designers que trabalham em temas sociais evitam ideais utópicos e mudanças abruptas, optando por trabalhar de maneira mais subtil. A sua mentalidade é, pois, molecular, visando fazer o melhor em condições em que não é possível iniciar mudanças maciças e mostrando-se cépticos em relação às alegações reivindicativas de alguns dos seus pares (Koskinen & Hush, 2016). Esta linha de pensamento é apreendida por Andrea Branzi<sup>79</sup>, que faz uma comparação entre a geração dos anos sessenta e a actual. Como afirma, a geração mais jovem mostra-se satisfeita por mudar o mundo de uma forma molecular, sem a necessidade de utopias que animaram o trabalho do designer na década de sessenta:

Os jovens designers vêem que o mundo à sua volta é feio e errado, então eles tentam reformá-lo imediatamente, começando com um novo assento, um vaso ou um brinquedo...esta prática política ocorre sem teoria...a acção segue uma estratégia molecular, uma espécie de energia enzimática que não produz mudanças traumáticas, mas transformações lentas. O clima histórico a que esta geração pertence é tipificado pela decisão de implementar grandes transformações partindo do infinitamente pequeno (design), das estruturas aparentemente supérfluas e inadequadas. Depois de cem anos de modernidade, que tem teorizado megaprojectos e maxi-reformas, finalmente chegou a

79] Andrea Branzi (Novembro 1938-), é um arquitecto e designer italiano. É professor de design industrial no Politecnico di Milano. O seu trabalho e interesses são o design industrial, a arquitectura, o urbanismo e a promoção cultural.



era em que as transformações são postas em movimento através de subsistemas, microestruturas, economias domésticas<sup>80</sup> (Branzi, 2013, p. 16).

Koskinen & Hush (2016) assinalam o aparecimento de um número crescente de designers sociais nesta vertente molecular, sem, no entanto, conseguirem apontar as causas desta tendência. Contudo, especulam que é devido ao desenvolvimento do ensino do design, que esta actividade se converteu recentemente uma profissão de massas. Em consequência, o design tradicional parece estar a deixar de existir, sendo necessário construir novos conceitos capazes de impulsionarem a prática do design de objectos para coisas imateriais, e expandir os seus limites. Entre esses novos conceitos destaca-se, precisamente, o design social, que, embora não possa apoiar-se significativamente nas forças de mercado para a sua subsistência procura adaptar-se à parca existência que muitos jovens designers enfrentam nos nossos dias, conferindo assim uma outra valência ao design social.

Já no que respeita ao design social sociológico, ele difere do utópico e molecular por se basear na teoria sociológica. A sociologia dá-lhe ferramentas conceptuais úteis para a análise da sociedade e das estruturas que reificam os seus aspectos em formas devidamente justificadas e de estrutura consistente. O design social sociológico dota o designer de uma postura crítica e abre-lhe caminho a uma investigação sobre as relações sociais existentes, conferindo-lhe, assim, a capacidade crítica e as ferramentas necessárias para fundamentar posições teóricas de modo mais lógico e consistente do que acontece nas vertentes do design molecular e do que o design utópico (Koskinen & Hush, 2016).

A união da teoria com a prática, da crítica como construção, procura avançar para o método da investigação aliada ao experimentalismo, uma prática epistemológica capaz de gerar a compreensão crítica do momento presente e das relações sociais na forma material/visual. Os artefactos projectados permitem a interacção entre a investigação sociológica e o material da vida quotidiana de maneira que permite ao designer e às partes interessadas construir um diálogo e uma consciencialização do

80] T.L. de: Young designers see that the world around them is ugly and wrong, so they try to reform it straightway, starting with a new seat, a vase or a toy ... this political practice occurs without theoretization ... action follows a molecular strategy, a sort of enzymatic energy that does not product traumatic change but slow transformations. The historical climate to which this generation belongs is typified by the decision to implement great transformations by starting with the infinitely small (design), the apparently superfluous, and inadequate structures. After one hundred years of modernity, which has theoretized mega-projects and maxi-reforms, the era has finally arrived in which transformations are set in motion through sub-systems, micro-structures, domestic economies.

estado actual da sociedade. Em suma, o design pode funcionar como modo de ver e interrogar a sociedade contemporânea, pode operar como investigação quase-sociológica que reconhece e usa artefactos tão facilmente quanto a observação analítica.

A sociologia é apenas uma das fontes possíveis para entender a sociedade. Depois de setenta anos de pesquisas empíricas profissionais, os sociólogos planearam muitas estruturas da sociedade, mantêm-nas em funcionamento e criam novos conhecimentos. Ao abordar a teoria sociológica, os designers podem compreender a origem dos conceitos e entrar em diálogo sobre formulações emergentes que procuram comunicar a experiência contemporânea. Essa observação também identifica os limites do design social sociológico.

Em suma, as interpretações dos designers sociais utópicos baseiam-se em linguagens políticas, artísticas e arquitectónicas que os governos raramente reconhecem. O design social molecular, por sua vez, costuma trabalhar com uma comunidade local, o que a torna eficiente em comunidade delimitada, mas o deixa distanciado da sociedade num plano mais geral, bem como do governo central. O design social sociológico ultrapassa este défice de relacionamento com o poder central, pois consegue a partilha da definição do social com a sociedade no seu todo. Isso dá-lhe uma retórica poderosa que lhe facilita o relacionamento com as instituições e práticas governamentais.

O conceito “design social” permanece tão ambíguo como muitos outros conceitos-chave nas ciências sociais, mas através da abordagem de Koskinen & Hush (2016) é possível esclarecer e analisar alguns dos seus usos em relação à prática de design contemporâneo.

Em qualquer abordagem de design social aqui apresentada, os designers podem trabalhar como especialistas externos que procuram impor os seus conceitos em indivíduos, ou como informadores que buscam articular as necessidades locais através de um processo de co-design. Como afirmam Koskinen & Hush, (2016) “o conceito de design social é flexível e pode ser interpretado de muitas maneiras, desde que seja entendido como uma parte do debate ao invés de uma definição num dicionário”

(Koskinen & Hush, 2016, p.70).

O design social, apreendido nas suas variáveis teóricas e práticas, centra-se inevitavelmente no ser humano e no seu desejo e na sua capacidade de efectivar mudanças sociais, em escala menor ou maior, que propiciem uma vivência mais plena e feliz. Não admira, pois, que o campo do design social atraia cada vez mais designers que almejam uma oportunidade de trabalhar com clientes carenciados, em alternativa aos trabalhos mais tradicionais realizados nas grandes empresas de publicidade. Querem trabalhar mais perto das comunidades que precisam de ajuda, participando activamente no combate aos seus problemas visando utopicamente ou não a melhoria da sociedade.

Como se referiu, a maior parte dos designers trabalha para clientes que servem e respondem às necessidades dos mercados. No entanto, alguns rejeitam este modelo e abordam abertamente causas sociais e ambientais, independentemente de terem relacionamentos com os mercados. Procuram, igualmente, abordar as consequências da desigualdade e outras questões sócio-económicas. Estes designers podem estar, ainda, em minoria, no entanto, estão a trazer a lume abordagens alternativas.

As pessoas envolvidas no “design socialmente consciente” e “desenvolvimento centrado nas pessoas” argumentam, cada vez mais, que esta visão tem de ser orientada para iniciativas locais de pequena escala, cooperativas e eficientes em termos de recursos mas, também, com uma perspectiva global e de longo prazo<sup>81</sup> (Chick & Micklethwaite, 2011, p.145).

O designer deve pensar globalmente, mas projectar localmente. Deve ver o desenvolvimento, não simplesmente em termos económicos, mas como um processo simultaneamente económico, social, cultural e político.

Pode ser irrealista definir metas específicas no início de projectos de base comunitária, contudo, há muitos resultados que o designer social pode procurar alcançar, tais como: ajudar os membros da comunidade a estabelecer um objectivo comum e a

81] T.L. de: Those involved in ‘socially conscious design’ and ‘people-centred development’ increasingly argue that this vision needs to be oriented towards small-scale initiatives that are local, cooperative and resource-efficient, but also with a global and long-term perspective.

fortalecer o seu interesse de trabalhar em conjunto para esse fim; esclarecer informações complexas ou de dados com gráficos para aumentar o conhecimento e a competência da comunidade; melhorar a forma como uma organização/associação comunica com os membros da comunidade; ajudar os membros da comunidade a melhorar a sua qualidade de vida através da sensibilização em torno da segurança, da saúde e do meio ambiente, de forma a capacitá-los para assumirem a responsabilidade, aumentando a eficácia do processo; melhorar o capital humano e social da comunidade.

A maior parte da educação do designer gráfico aponta para uma carreira como profissional de design. Mas as mesmas ferramentas que usamos para realizar pesquisas de utilizador, para resolver problemas e satisfazer os clientes podem ser utilizadas pelos jovens para expressar as suas opiniões e resolver as necessidades dos seus bairros e comunidades<sup>82</sup> (Emerson, 2008).

82] T.L. de: Most graphic design education points to a career as a design professional. But the same tools we use to undertake user research, solve problems, and satisfy clients can be used by young people to voice their opinions and meet the needs of their neighborhoods and communities.

A ilustrar esta atitude interventiva veja-se o exemplo do Memorial na Butler Street e Third Avenue, em Brooklyn, 2007, um modelo de design ligado ao grande número, às chamadas camadas populares, e por esse motivo, designado por populista. Os designers envolvidos nestes projectos foram e vão além de uma relação passiva com os seus destinatários, transpondo o elo padrão fornecedor-cliente, e convertendo-se em elementos actuates na própria comunidade.

No caso específico dos memoriais, trata-se, como o nome indica de um processo de forjar a memória colectiva; são uma arma pública contra o esquecimento enquanto lembrança do passado e, em simultâneo um manifesto para o presente imbuído de um aviso para o futuro.

Apresentados por entes queridos depois de uma tragédia, os memoriais são simultaneamente pessoais e públicos, pois podem ser dedicados a indivíduos que não conhecemos, mas, ao mesmo tempo, encontram-se em locais públicos, fazendo com que qualquer pessoa os veja, quer se trate de um habitante local, quer de um visitante. De certo modo, os memoriais que se regis-

tam em *graffiti* nos espaços públicos das urbes na cultura ocidental, preenchem as funções da arte escultórica de outros tempos que deixava na pedra a homenagem aos seus heróis e às suas vítimas. Alguns destes memoriais são colecções delicadas de flores e/ou de itens pessoais que ocupam recantos do espaço comum. Outros procuram chamar a atenção, como o mural do memorial (figura 34) da Butler Street e Third Avenue, que ocupa uma parede de um edifício de três andares, sendo, portanto, difícil ignorá-lo.



Figura 34, *Memorial na Butler Street e Third Avenue*, em Brooklyn, autor desconhecido, 2007, ([www.commartarts.com/column/vision-thing](http://www.commartarts.com/column/vision-thing))

O desenho é uma homenagem aos 28 peões que morreram por atropelamento entre 1995 e 2007 nas ruas do bairro Gowanus, de Brooklyn. O mural (figura 35) retrata três jovens rapazes, mortos por automóveis que se deslocavam a grande velocidade. Representados como figuras altas, pintadas em azul, os rapazes seguram sinais de trânsito, como forma de apelar ao respeito pelas regras da circulação rodoviária urbana e, assim, preservar a vida dos peões. Os três rapazes são acompanhados por uma outra silhueta azul que sustenta um sinal vermelho onde se pode ler “Nem mais uma morte”<sup>83</sup>.

83] T.L de: Not one more death.



Figura 35, *Memorial na Butler Street e Third Avenue*, em Brooklyn, autor desconhecido, 2007, (<http://christophercardinale.com/memorials/trafficmural.html>)

84] *Transportation Alternatives*: grupo sem fins lucrativos fundado em 1973 para promover o ciclismo, caminhada e transporte público para ruas mais seguras.

85] *Groundswell Community Mural Project*: grupo que relaciona as comunidades com artistas e organizações para a criação de efeitos visuais em grande escala que promovam uma mudança social.

86] Christopher Cardinale é ilustrador.

87] Nicole Schulman é professora de arte e ilustradora.

O mural foi iniciado pela *Transportation Alternatives*<sup>84</sup> e pelo *Groundswell Community Mural Project*<sup>85</sup> fazendo jus a três propósitos: o simbólico, lembrar às crianças os cuidados que devem ter ao atravessar a rua; o prático, de diminuir o tráfego e reduzir os acidentes de viação; e o político, como plataforma para a defesa dos cidadãos.

Foi com este intuito que no Verão de 2007, a *Groundswell Community* reuniu uma equipa que incluía os artistas Christopher Cardinale<sup>86</sup> e Nicole Schulman<sup>87</sup> e um grupo de adolescentes do bairro. Os onze jovens que participaram foram recrutados a partir de associações e programas de actividades em que estavam inseridos no bairro Gowanus (Emerson, 2008).

O projecto realizou-se ao longo de três semanas de investigação e mais três dedicadas à pintura. Neste caso, a pesquisa consistiu na recolha de informações sobre questões de trânsito e transporte e sobre a história de acidentes de viação na área. Guiados pelos artistas, os adolescentes conceberam o imaginário mural, planeando-o, preparando-o e pintando-o.

Em 1997, devido às mortes que já tinham ocorrido, houve protestos que fizeram com que o Departamento dos Transportes de Nova Iorque realizasse reuniões públicas e desenvolvesse um plano para melhorar a segurança dos peões. No entanto, dez anos mais tarde, quando um jovem morreu atropelado, o plano ainda não havia sido implementado. O mural feito em 2007 não pretendia criticar directamente as entidades municipais, mas a mensagem era clara: se o Departamento dos Transportes de Nova



Iorque tivesse cumprido as promessas feitas em 1997, aqueles jovens poderiam estar vivos (Emerson, 2008).

Foi um Verão difícil para os artistas e para os adolescentes que pintaram sob o calor extremo que se fazia sentir. Mas esse esforço compensou, tanto a nível da recepção por parte da comunidade como do seu efeito sobre as políticas públicas. Cento e cinquenta moradores assistiram à inauguração do mural, juntando-se-lhes funcionários do Departamento da Polícia, representantes da procuradoria distrital de Brooklyn e do Departamento dos Transportes. Desta vez, a mensagem foi ouvida, pois o Departamento dos Transportes de Nova Iorque anunciou a primeira fase da construção do melhoramento das estradas e cruzamentos do bairro de Gowanus e arredores.

Do ponto de vista do design, o poder deste projecto provém não só da natureza convincente do assunto, as mortes das crianças e de outros pedestres, mas também da sua concepção inteligente em multicamadas. A escala da imagem é não só atraente, mas também é funcional. Os condutores irão, muitas vezes, abrandar, porque provocados por um estímulo visual incomum. O mural de Gowanus apresenta uma visão positiva: encoraja o respeito mútuo de todos e a partilha segura das ruas.

Após a conclusão do mural, têm circulado na *internet*, através de *blogs* e *sites* de partilha, fotografias disseminando imagens, as notícias do seu sucesso talvez, inspirando outros a desenvolver acções idênticas. Este mural e outros projectos semelhantes ficam no tecido da cidade e na memória colectiva de todos, dos que desenvolveram o projecto e dos que o viram, recordando e reforçando o motivo da sua produção.

Contudo, iniciativas desta índole requerem uma acção individual ou restrita, a um pequeno grupo, cuja função é estimular a consciencialização da existência de um problema. A identificação de um qualquer factor social ou comunitário que requer alteração ou correcção implica a formulação da premissa inicial e um desenvolvimento dialógico com outros membros do colectivo para que se estruture o problematizado e se comecem a desenhar perspectivas de solução.

Os artistas e os designers, enquanto indivíduos criativos,

mas também possuidores de consciência social, associam-se cada vez com maior frequência a organizações e associações com o propósito de ajudarem a desenvolver projectos criativos relacionados com processos civis. Em muitos casos, revelam-se essenciais às comunidades capacitando-as para agirem por si mesmas, em vez de o fazerem em nome individual.

Todavia, a relação entre designers e os membros de cada comunidade são recíprocos, pois, se é verdade que os profissionais ajudam os grupos envolvidos a utilizarem o design como uma ferramenta poderosa para a argumentação das suas causas, a comunidade também sensibiliza e informa estes artistas no que respeita às questões que afectam as suas vidas, o que tem como desfecho a tomada de decisões participadas.

#### 1.4.1 DIVERSIDADE NO DESIGN SOCIAL

88] Few people think about it or are aware of it, but there is nothing made by human beings that does not involve a design decision somewhere.

89] IDEO é uma empresa internacional de design e consultoria em inovação, fundada em Palo Alto, Califórnia, em 1991.

“Poucas pessoas pensam ou estão cientes disso, mas não há nada feito por seres humanos que não envolva uma decisão de design em algum lugar”<sup>88</sup> (Mossayeb, 2016, p.xvii). Bill Moggridge, co-fundador da IDEO<sup>89</sup> ao fazer esta afirmação, realça de modo inequívoco a centralidade do designer enquanto decisor e responsável pelos métodos do design a adoptar em cada caso a esta abordagem focalizada no trabalho do agente humano e destinada a outros indivíduos chama-se “design centrado no ser humano”.

Na sua essência, o design centrado no ser humano radica na empatia criada com as pessoas antes de se lançar a fazer projectos que tenham impacto nas suas vidas. Neste sentido, os designers seguidores desta linha de abordagem sustentam que não é suficiente considerar questões sobre a viabilidade tecnológica ou de colocação no mercado de um determinado bem. A ideologia da IDEO focaliza-se no destinatário para quem se está a projectar e na apreciação de obter uma plena correspondência com o que o destinatário deseja ou precisa. Esta maneira de aquilatar um novo projecto com base nos desideratos e necessidades das pessoas, inerente ao design centrado no ser humano, torna-o não só, mais inovador, como mais exigente em termos qualitativos.

Ao centrar-se a atenção no indivíduo, procura-se encontrar e criar novas soluções para produtos, serviços, ambientes, or-



ganização e modos de interacção. Sendo o processo iniciado no indivíduo para o qual se almejam essas soluções, começa por se examinar as necessidades, os desejos e os comportamentos das pessoas cujas vidas se pretende influenciar através dessas soluções. Procura-se ouvir e entender o que querem através da chamada “lente do desejo” (IDEO.org, 2015) isto é, vislumbrando o seu mundo através desta lente durante as etapas do processo de design. Uma vez identificado qual o desejo ou desejos do indivíduo, começa a analisar-se as soluções quanto à sua viabilidade prática e execução, ou seja, o que é possível executar técnica, organizacional e financeiramente. Só cumprindo com um conjunto de regras e procedimentos correspondentes à intercepção positiva do desejável, com o praticável e viável ao longo de todo o processo se alcançam os resultados pretendidos.

Assim, ao projectar para resolver um problema ou para preencher uma lacuna, os designers precisam de olhar verdadeiramente para as pessoas, atentar no que elas dizem e fazem e procurar estabelecer laços de empatia de modo a sentir e pensar tal como o Outro sente e pensa. O contexto em que essas pessoas se movem também é relevante, pois, se algumas necessidades parecem ser universais, outras variam consoante as culturas e até os grupos no seio de cada cultura, factos que o designer deve ter em mente para conseguir transferir para o seu projecto todas essas pulsões.

Sina Mossayeb (2016, p.xvii) dá mesmo um exemplo de um ambiente doméstico que visitou depois de ter entrevistado uma mãe com dois filhos que se descrevera como sendo uma pessoa organizada. Contudo quando a equipa de Mossayeb visitou o lar da senhora, verificou que havia grande desarrumação de brinquedos espalhados no chão, roupa amontoada e pratos sujos no lava-loiça. O contraste entre a afirmação daquela mãe de família e dona de casa e a realidade constatada pela equipa de Mossayeb revelam as diferenças semânticas que em torno da expressão “organizada”: a senhora entendia como saber onde as coisas estão e sentir-se segura relativamente a pagamentos de seguros da casa e outras obrigações mensais; a poluição visual que, para a equipa visitante era sinónimo de desorganização, era um elemento ignorado pela entrevistada.

Pode, portanto, concluir-se que a diversidade de significados de conceitos pode ser tão diferente e abrangente que impõe a sua consolidação para que o designer e as demais pessoas falem a mesma linguagem e assim seja criado um projecto que vá ao encontro das expectativas de ambas as partes.

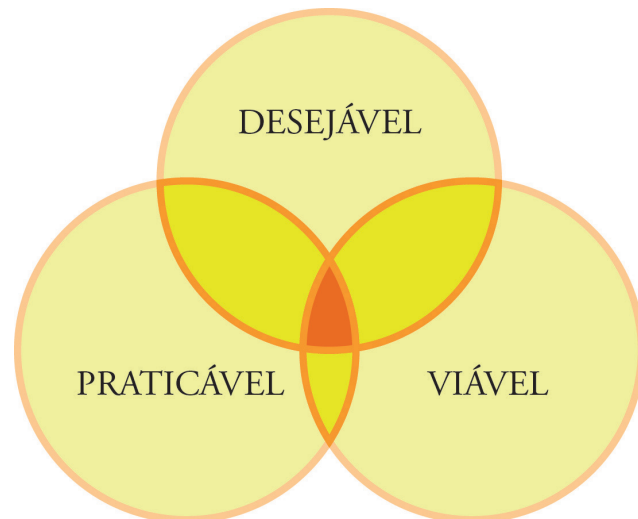


Figura 36, *As três lentes do HCD (HUMAN-CENTERED DESIGN)*, segundo IDEO.org, Imagem da Autora, 2015

A união destes três elementos (figura 36) faz, efectivamente, nascer soluções centradas em cada elemento de uma comunidade. Segundo a IDEO (2015), o processo contempla três fases principais: Ouvir, Criar e Implementar. Durante o processo, os participantes passarão do concreto ao abstracto, identificando temas e oportunidades e, mais tarde, voltam ao concreto com soluções e protótipos. Na fase “ouvir” reúne-se informação sobre os participantes, organizam-se e conduzem-se pesquisas de campo. Na fase “criar”, trabalha-se em equipa no formato de seminários para traduzir em estruturas, oportunidades, soluções e protótipos o que se ouviu dos participantes. É durante essa fase que os participantes passarão do concreto ao abstracto e, posteriormente, de volta ao concreto com a produção de soluções e protótipos. A fase “implementar” marca o início da execução da solução final.

Também se deve considerar algo que é raramente analisado: a diversidade entre aqueles que criam, ou seja, os designers. Enquanto autor de um projecto, o designer, à semelhança de qualquer artista, vai reflectir nos seus pontos de vista e nas

suas opções de abordagem de um problema de design, as suas experiências, o seu contexto familiar, social, económico, religioso, político e em qualquer outra faceta da sua vivência. As suas múltiplas experiências ao longo dos anos torna cada criativo um ser único e, em consequência, propiciador de respostas também marcadas pela sua singularidade.

Uma equipa de design pode e deve ser constituída por diferentes indivíduos, para conseguir obter um resultado mais rico e plural. A diversidade destes contributos provém do que cada elemento da equipa pode oferecer em termos de função, disciplina, profundidade e amplitude de experiência, ideologia, temperamento, origem étnica e cultural, sexo ou orientação sexual.

Se o designer trabalhar nos seus projectos, idealmente com equipas interdisciplinares, irá, sem dúvida, enfrentar o desafio e a complexidade do projecto no seu todo, de um modo mais conseguido e original. Contudo, a variedade não existe só na equipa de projecto; também está presente e deve ser tida em conta a diversidade dos seus destinatários.

Ao definir um projecto, deve-se reflectir sobre a diversidade da equipa nele envolvida e formular um conjunto de questões de partida: Quem são? Qual é o plano? Que contexto e pontos de vista vão trazer para este projecto? Num segundo momento também se deve interrogar quem são os destinatários do referido projecto, que experiências têm e, mais focalizadamente, o que querem ou precisam. Este levantamento de questões pode sumarizar-se numa questão fundamental para a boa conclusão do projecto, como é que podemos projectar para estes destinatários da melhor forma.

Design e diversidade - duas forças sociais que moldam as nossas identidades e o nosso mundo material – já não podem constituir dois campos de estudo separados. Diversidade e Design, centram-se em mudar a natureza da sociedade, e examinam a rica diversidade de experiências culturais e as questões de design que lhe estão associadas<sup>90</sup> (Tauke, Smith & Davis, 2016, p.2).

90] T.L de: Design and diversity – two social forces that shape our identities and our material world - can no longer be separate fields of study. Diversity and Design, focuses on the changing nature of society, and examines the rich diversity of cultural experiences and their associated design issues.

91] Para o aprofundamento do conceito de minorias consulte-se Laurie, T & Khan, R. (2017). “The Concept of minority for the study of culture”. In *Continuum Journal of Media & Cultural Studies*, vol. 31, Issue 1, pp.1-12, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304312.2016.1264110?journalCode=ccon20> e Appadurai, A. (2006). *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham, NC: Duke University Press.

Embora um projecto possa ser feito para muitos grupos populacionais - minorias<sup>91</sup> étnicas ou pessoas com deficiência - as crianças ainda se encontram entre os grupos mais sub-representados no design. Em geral projecta-se por e para os adultos. As crianças pouco têm a dizer no que é concebido, quase estão ausentes do processo de design, e não sendo entendidas como recurso activo para produtos, edifícios e cidades que não respondam às suas necessidades ou preferências.

As crianças, segundo o Preâmbulo da Declaração dos Direitos da Criança, UNESCO, 1959, “por motivo da sua falta de maturidade física e intelectual, [têm] necessidade [a] uma protecção e cuidados especiais”. Porém, ao deixá-las permanecer alheias do design, o mundo adulto está a afastá-las efectivamente das pequenas e grandes questões que dominam a sociedade, desde diferenças de estatuto socioeconómico ao racismo ou à desigualdade de género. Inibem, assim, o seu desenvolvimento enquanto futuros cidadãos responsáveis e, consequentemente, restringem o avanço da sociedade. Em contraste, ao incorporar-se as narrativas das crianças expande-se e enriquece-se a compreensão da sociedade. De forma similar, reconhecer as necessidades físicas, cognitivas e emocionais das crianças amplia e aprofunda os métodos e impactos do projecto noutros grupos sociais (Tauke, Smith & Davis, 2016, pp.1-2).

As crianças são, na verdade, um exemplo flagrante de marginalização. Têm, como referido em média menos capacidade física e educação do que os adultos; têm pouco poder económico e quase nenhum poder político, factores que resultam na secundarização do seu estatuto na esfera do design e na sociedade em geral. No entanto, o design tem impacto em todos os grupos sociais, podendo ousar manter-se neutro, se pretender que a sua actividade seja interventiva, ou mesmo é dizer, participativa. O design, na sua dialética pode, portanto, apresentar-se a uma luz positiva ou negativa, ser mais ou menos ostensivo ou oculto, pode, inclusive, afectar a saúde física e o bem-estar emocional dos que se envolvem nos seus projectos porque gere de modo substantivo a interacção social. Por tudo isto, o design tem a capacidade de influenciar o modo como nos vemos, a nós próprios e aos outros,

assim como os outros nos vêem a nós.

Um outro aspecto que tem vindo a ser desenvolvido no processo de design centrado no ser humano diz respeito à ideia de co-criação. Os designers IDEO abandonaram a noção de estar a projectar para outrém e optaram por um conceito próprio de uma sociedade mais inclusiva e colaborativa entendendo que o seu trabalho se projecta e desenrola com os outros.

Para além de observações e exercícios de empatia, como deslocar-se às casas das pessoas, conviver com elas, seja nas horas de lazer ao fim-de-semana, seja nos locais de trabalho, torna-se pertinente convidar esses membros da comunidade a debater ideias com o designer. Só assim, o criativo ficará apto a esboçar um protótipo de uma forma mais cabal face às necessidades e às preferências já enumeradas.

A partir da pesquisa centrada no ser humano, o designer pode construir as suas ideias de um modo inovador. A partir do seu protótipo e através da sua interacção com as mais diversas pessoas tocadas pelo projecto, ele procederá a revisões que por seu turno, darão origem a novos debates, com o retorno de novas ideias que levarão a novas revisões antes de dar por finalizado o seu trabalho. Assim, o projecto não só passa por um caminho de aperfeiçoamento, como, provavelmente, será mais relevante para os seus destinatários.

A este propósito Mossayeb (2016, p.xix) relata um exemplo de um colega seu que concebeu um mosquiteiro transportável para os trabalhadores que viajavam através das florestas tropicais do sudeste da Ásia. Quando a sua equipa levou o protótipo para as vilas e o mostrou às pessoas, as reacções foram perturbadoras. As pessoas não queriam utilizá-lo para dormir, não porque não funcionasse, mas porque o mosquiteiro parecia um caixão de malha, como costumam utilizar para enterrar os seus mortos.

Este é um exemplo claro de um projecto que parecia ser funcional aos olhos do designer, mas que não foi bem aceite pelas pessoas para quem estava a desenvolvê-lo. Os designers não conseguiram prever este desfecho devido à sua falta de envolvimento com o ambiente cultural dos futuros utentes. Se tivesse havido desde o início da elaboração do projecto um tra-

balho de co-criação, este problema não se teria colocado e os designers não teriam desperdiçado tempo e recursos a colocar ideias em prática que, ao apresentarem o trabalho final, mereceram o repúdio por parte dos receptores.

Cabe ao designer estabelecer contacto com os futuros utentes dos seus projectos e aprofundar os seus laços com esses destinatários de modo a compreender os valores, as tradições, os hábitos e os receios que imbuem os indivíduos da comunidade com a qual estará a desenvolver o seu projecto. A co-criação ideal implica precisamente este estudo prévio dos destinatários, tendo em atenção a singularidade dos indivíduos que, colectivamente, vão constituir um público-alvo com diversidades intrínsecas, mas também com afinidades essenciais que darão o melhor entendimento do que se pretende fazer e dos objectivos em vista.

#### 1.4.2 ESTRATÉGIAS DE ENVOLVIMENTO NO DESIGN SOCIAL

Embora existam semelhanças quanto ao tipo de dificuldades que os designers podem vir a ter e como se devem envolver com as comunidades, Andrew Shea (2012) considera que existem dez tipos de estratégias de envolvimento do design social (figura 37), que podem ajudar o designer a desenvolver o seu projecto social na comunidade:

- i) imergir na comunidade;
- ii) construir laços de confiança com a comunidade;
- iii) prometer apenas o que consegue proporcionar;
- iv) dar prioridade ao processo de design;
- v) enfrentar o potencial conflito na comunidade;
- vi) identificar os pontos fortes da comunidade;
- vii) utilizar os recursos locais;
- viii) dar voz à comunidade;
- ix) atribuir poder à comunidade;
- x) e propiciar um envolvimento sustentado.

O designer recorre a estas estratégias de acordo com a situação, utilizando-as todas ou somente algumas. Também podem ser adaptadas, funcionando apenas como uma ajuda no processo de envolvimento do designer social na comunidade.

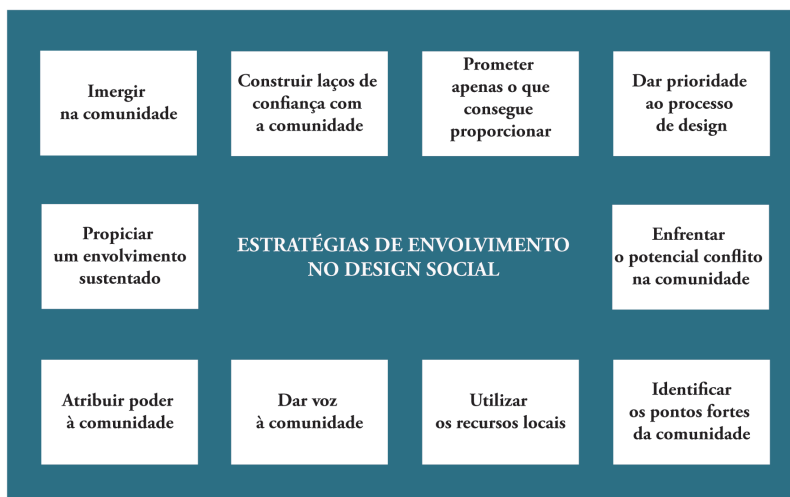


Figura 37, *Estratégias de Envolvimento no Design Social*, segundo Andrew Shea, Imagem da Autora, 2012

### i) Imergir na comunidade

Num sentido amplo Ferdinand Tonnies<sup>92</sup> define o termo comunidade (*Gemeinschaft*) como um tipo de grupo social natural e orgânico cujos membros estão unidos por um sentido de pertença forjado através dos contactos quotidianos que respeitam a todo o tipo de actividades humanas. Talcott Parsons<sup>93</sup> acentua a partilha de uma área territorial como a base das suas actividades diárias.

Na verdade, a proximidade entre os seus membros pode ser a maior força de uma comunidade; porém, a gama ampla de percepções, interesses e formas de interagir entre os seus membros constitui, muitas vezes, o maior obstáculo para os designers que querem ajudar. Há, pois, que compreender com precisão as necessidades de cada comunidade, conhecê-la bem e experienciar o seu modo de vida e o seu ambiente.

Para o bom conhecimento da comunidade e dos seus habitantes deve o designer considerá-los parceiros em todos os aspectos do processo a desenvolver. As parcerias são, de facto, necessárias para o envolvimento da comunidade e os projectos podem sofrer se estas relações não forem sustentadas. Imergir na comunidade potencia as possibilidades de novas descobertas, mas implica uma atitude de maior abertura e menos controlo por parte dos designers em relação à entrada e participação de elementos da comunidade no processo de decisão. Só assim, se conseguirá

92] Ferdinand Tonnies (Julho 1895 – Abril 1936) foi um sociólogo alemão. Deu grandes contribuições para a Teoria da Sociologia, nomeadamente, o conceito de comunidade versus sociedade (*Gemeinschaft* vs. *Gesellschaft*) (Cf. [Sociologyguide.com/basic-concepts/Community.php](http://Sociologyguide.com/basic-concepts/Community.php)).

93] Talcott Parsons (Dezembro 1902 – Maio 1979) foi um sociólogo norte-americano. O seu trabalho teve grande influência nas décadas de 1950 e 60. Desenvolveu um sistema teórico geral para a análise da sociedade denominado Funcionalismo Estrutural.

optimizar a mobilização das forças e dos recursos.

A comunicação clara através do mentor do projecto é parte do processo de imersão. O mentor desempenha funções várias, como motivador, defensor da causa, projectista, construtor de relacionamentos, facilitador e apaziguador de conflitos. Além disso, define as responsabilidades dos outros membros da equipa para garantir que os resultados são eficientemente obtidos e ajuda, também, o grupo a entender e a definir as metas e os desafios do projecto, bem como, a identificar as questões a serem colocadas ao longo do percurso – algo que não pode ser conseguido sem uma postura intimista (Shea, 2012).

## ii) Construir laços de confiança com a comunidade

É necessário criar uma boa relação com os parceiros de trabalho e descortinar como intervir de maneira eficaz. Muitas vezes as comunidades mais carenciadas mostram-se cépticas, tendencialmente fechadas a estranhos por descrerem da boa prossecução dos projectos anunciados. Os designers devem, nestes casos, fomentar modos de relacionamento que confirmem credibilidade quer ao projecto quer a eles próprios. “Não há santo graal para a participação da comunidade. Ela exige plena autenticidade e relacionamento. Qualquer coisa a menos, e as pessoas vão-se embora sentindo-se usadas”<sup>94</sup> (West, 2006, p.2).

94] T.L. de: There is no holy grail for community involvement. It requires full authenticity and relationship. Anything less, and people go away feeling used.

Há várias estratégias para construir essas pontes entre designers e residentes de uma comunidade. A criação de empatia com a comunidade pode ser o ponto-chave para o desenvolvimento do projecto. Para a forjar, os designers devem dar mostras da sua seriedade de intenções no que toca à melhoria das vidas daquelas pessoas. Esta relação exige tempo e recursos, mas “os benefícios superam os custos, mas apenas se for feito com integridade e autenticidade extrema”<sup>95</sup> (West, 2006, p.3).

95] T.L. de: The benefits far outweigh costs, but only if it is done with extreme integrity and authenticity.

Ao ganhar a confiança dos membros de uma comunidade, entendendo as suas necessidades, o designer torna-se um parceiro-investidor e os seus projectos reflectirão a identidade comunitária. Cada situação deve ser abordada de mente aberta por parte do designer, devendo este assumir que as suas opiniões podem alterar-se no desenrolar do projecto. Sempre que se estabelecem relações



entre criativos e elementos das comunidades, as experiências daí resultantes devem orientar a investigação para um produto final eficaz (Shea, 2012, p. 27).

### iii) Prometer apenas o que consegue proporcionar

Perante um conjunto de problemas existentes numa comunidade, o designer deverá hierarquizá-los e calendarizar o seu projecto, ponderando igualmente os recursos disponíveis. Só com uma abordagem realista poderá realizar um trabalho sério, efectuando o que James Cavaye (2004), especialista em desenvolvimento comunitário, considera o factor fundamental para a eficiência e execução do projecto: a “delimitação de responsabilidade”.

O designer deve estar preparado para rever as suas expectativas iniciais perante qualquer alteração das circunstâncias. Se o projecto estiver focado e delineado para um objectivo específico, isto poderá traduzir-se em eficácia e aumento de eficiência: “muitas vezes devemos evitar inventar grandes soluções e darmos-nos por satisfeitos com o que conseguimos no tempo que temos” (Shea, 2012, p.41).

Por isso, o designer deve ter consciência do que pode fazer e de como contribuir, identificando, primeiro, os problemas existentes na comunidade para, posteriormente, construir o projecto. Assim, sabendo quais as restrições existentes e identificando o objecto da sua intervenção, será mais fácil determinar os objectivos passíveis de serem alcançados com sucesso.

Com uma grande ideia mas com poucos recursos há que apostar na eficiência e flexibilidade. Para Glen Cummings do estúdio de design MTWTF, nos Estados Unidos da América:

O eufemismo «fazer mais com menos» implica que, independentemente dos parâmetros, exista uma certa quantidade de design. Na minha opinião é exactamente o oposto. Menos tempo e um orçamento mais baixo traduz-se em fazer menos design, e estar satisfeito com isso. O desafio é entender os nossos recursos e planear adequadamente<sup>96</sup> (Shea, 2012, p.51).

96] T.L. de: The euphemism ‘doing more with less’ implies that regardless of the parameters, a certain amount of design is required. My opinion is the exact opposite. Having less time and lower budget means doing less design, and being comfortable with it. The challenge is to understand your resources and plan accordingly.

#### iv) Dar prioridade ao processo de design

Actualmente existem meios técnicos que viabilizam de forma aparentemente fácil o desenvolvimento de um projecto de design. A envolvente tecnológica associada à cultura visual tem dado ao utente não profissional ferramentas criativas suficientemente intuitivas e diversificadas, de tal modo que qualquer indivíduo com acesso a um computador parece estar apto a criar um logotipo ou um *site*. Esta facilidade de acções antes consideradas de conhecimento limitado a grupos restritos, pode induzir nos membros da comunidade a crença de estarem aptos a resolver todos os problemas que se coloquem a um projecto. Os mentores comunitários podem aparecer nas reuniões com ideias pré-concebidas sobre o que desejam, ainda que, não sejam detentores de todos os conhecimentos necessários, podendo dar respostas prematuras ou erróneas. Para determinar a melhor solução, o designer deve estar preparado para responder às questões fundamentais respeitantes às necessidades comunitárias e investigá-las minuciosamente antes de criar qualquer gráfico/projecto. O designer deve, pois, dar prioridade ao processo de design.

Seguir um processo de design, que inclui inúmeras ideias baseadas na pesquisa visual, na criação de protótipos e na solicitação de opiniões do público-alvo, permite compreender o papel de relevo que o design pode desempenhar junto de uma comunidade. O designer sabe como desenvolver um processo de molde a resolver problemas segundo novas perspectivas, logo é importante que, no início do projecto, os membros da comunidade aceitem que o processo escolhido possa conduzir a uma solução inesperada, o que não tem conotação negativa.

O designer deve trabalhar de forma transparente explicando passo a passo o projecto, para que os membros da comunidade sintam que fazem parte do mesmo.

#### v) Enfrentar o potencial conflito na comunidade

Alguns projectos implicam assuntos controversos que o designer deve abordar, apesar de a comunidade os preferir manter silenciados, ou simplesmente porque não tomou deles consciência. É essencial avaliar o objectivo do projecto que o designer tem

em mãos e ponderar se a abordagem de design pode interferir com alguma norma cultural e fazer com que as pessoas alterem comportamentos para resolver o problema. Para Cynthia Hardy e Nelson Phillips (Shea, 2012, p.68), que estudam o funcionamento das comunidades, o conflito pode romper com algumas normas culturais, isto é com a gramática das interacções sociais vigentes.

A colaboração pode ser produtiva na resolução de problemas comunitários, mas o conflito pode constituir também um desafio forçando a uma mudança positiva. Assim tanto a colaboração como o conflito merecem atenção pela sua potencial eficácia na melhoria ou melhorias pretendidas. Deve, ainda, ter-se o público-alvo em mente quando existe uma cultura hierárquica no desenvolvimento do projecto, de modo a evitar uma mudança cultural radical, sobretudo se tal redundar em convulsões sociais de pendor negativo.

Estabelecer um nível de confiança e manter um bom relacionamento com os membros da comunidade pode determinar o sucesso de uma campanha que trate de temas controversos. Efectivamente, restringir a contestação pode ser uma tarefa difícil para um projecto. Pode ser essencial a realização de um inquérito aos membros da comunidade e ao grupo em foco para avaliar as suas reacções ao problema, para depois, através das ideias expostas e das palavras proferidas, conseguir orientar o projecto e, se necessário, numa outra perspectiva. Reuniões frequentes com os parceiros da comunidade são uma maneira de garantir que os projectos estão a desenvolver-se correctamente e destacar os resultados necessários à comunidade.

A discussão sobre os problemas que muitas vezes as comunidades enfrentam no seu dia-a-dia leva o designer e a sua equipa a compreenderem a complexidade de assuntos diversos que pretendem abordar colectivamente. Promover e gerar o diálogo entre as duas partes trará uma melhor compreensão do projecto proposto. O diálogo do designer com a comunidade com a qual pretende trabalhar é um factor preponderante para a resolução e a finalização do projecto proposto. Às vezes é difícil compreender e abordar os contextos destas comunidades, só assimilados através das vivências locais.

#### vi) Identificar os pontos fortes da comunidade

É fácil chamar a atenção para um problema, destacando os seus aspectos mais dolorosos, mas isso envolve muitas vezes o uso de imagens comprometedoras que representam as pessoas como objectos de piedade, fazendo pouco para melhorar a sua auto-estima. Há uma tendência para construir um processo de comunidade salientando os seus problemas. Todavia, em vez de incidir apenas insuficiências, devem listar-se os pontos fortes da comunidade, tais como língua local, estilo, competências, a par dos desafios, como níveis de alfabetização, problemas com drogas e criminalidade, e usar esse guia durante todo o projecto.

Deve trabalhar-se com os membros da comunidade de forma a identificar melhor os recursos que podem ser mobilizados para a resolução dos problemas. É preciso mostrar aos residentes como são únicos e poderão constituir uma mais-valia, a fim de os ajudar a desenvolver o capital social passível de lhes abrir os horizontes integrando-os no mundo à sua volta.

#### vii) Utilizar os recursos locais

A ligação à comunidade com que se trabalha pode ser o maior recurso do projectista. Como indica Cavaye (2004), na ajuda a uma comunidade nas suas necessidades, não se deve “subestimar a capacidade, muitas vezes informal, das comunidades”<sup>97</sup>. Será pertinente determinar junto dos mentores comunitários os recursos materiais locais existentes que possam ser utilizados no projecto. Tomar conhecimento das competências e dos talentos dos vários elementos da comunidade pode contribuir para a investigação do projecto, para a sua solução final e deixar uma semente para futuras mudanças provindas do seio do próprio colectivo. “Utilizar estes recursos para a criação do projecto que de forma mais eficaz integra as suas vidas, capacita-os para lidar com questões semelhantes no futuro”<sup>98</sup> (Shea, 2012, p.97).

#### viii) Dar voz à comunidade

A concepção estética dominante numa comunidade pode ser significativamente diferente da do designer. Enquanto a comunidade pode precisar de uma nova perspectiva a fim de romper

97] T.L. de: Undervalues the existing often informal capacity of communities and reinforces paternal approaches to communities.

98] T.L. de: Utilize these resources to create a design that more effectively integrates into their lives and that empowers them to deal with similar issues in the future.

com o passado, o projecto precisa ligar-se, de alguma forma, aos referenciais estéticos e à moldura cultural do seu público-alvo.

O designer deve explorar os elementos de estilo presentes na comunidade e transmitidos pelos seus membros, como as cores, as fontes e outros. Deve também ter em conta dialectos locais, rituais culturais, níveis de alfabetização e opiniões dos membros da comunidade ao longo de todo o processo de design.

Se a comunidade for diversificada, pode ser necessário buscar outros meios para a solução de design. Cavaye (2004) afirma, no seu ensaio sobre governação e participação da comunidade, que esta participação pode, muitas vezes, envolver “soluções” personalizadas. Numa entrevista, em 2008, o designer Bernard Canniffe, afirmou:

A solução de design ou a linguagem visual do design é secundária – é informada pela comunidade. Há essa grande sensação de alívio que vem com essa abordagem: o seu aspecto não é tão importante quanto como muda o comportamento, ou como pode dar voz a uma comunidade. Quem realmente se importa com o aspecto, desde que a comunidade se envolva e tenha um sentido de propriedade – isso é que é importante <sup>99</sup> (Lehrer, 2008).

Portanto, o envolvimento da comunidade requer uma “adequação cultural”. O trabalho final deve espelhar a voz e o estilo da comunidade, em vez da linguagem do designer para garantir que fala aos membros da comunidade e a retrata para o exterior, de forma convincente e autêntica.

As comunidades com que o designer vai trabalhar irão beneficiar se forem consideradas como parte integrante do processo. O envolvimento entre uns e outros deve incluir a procura de caminhos propiciadores de ferramentas próprias, de forma a capacitar os membros daquele colectivo de modo continuado e sólido.

#### ix) Atribuir poder à comunidade

Deve-se dar conhecimento aos elementos da unidade as várias etapas ligadas ao processo do design, tais como a concepção

99] T.L. de: The design solution or the design visual language is secondary – it’s informed by the community. There’s this great sense of release that comes with that approach: It’s not important what it looks like as much as how it changes behaviour, or how it can give a voice to a community. Who really cares what it looks like, as long as the community engages with it and feels a sense of ownership – that’s what’s important.

de metas, pesquisa, criação de protótipos, testes e implementação. Ao ficarem familiarizados com algumas destas etapas com a ajuda dos designers, eles conseguem passar a fazer parte do sistema, e evitar soluções precipitadas no futuro.

Optar por relações colaborativas com os membros da comunidade em todas as fases do processo de design implica como Cavaye (2004) aponta no seu ensaio, um equilíbrio entre o fornecimento de recursos e experiência “de fora” e a importância de manter as características genuínas e auto-suficientes da comunidade e as atitudes, tradições e rituais podem, por vezes, diferir dos pressupostos do projecto, obrigando a que os processos de participação comunitária sejam respeitados e acomodados às regras e expectativas de cada cultura.

Desejavelmente o design final apresentar-se-á de tal modo que a comunidade venha a conseguir replicá-lo ou implementá-lo facilmente, adicionando ou modificando algo ao projecto.

#### x) Propiciar um envolvimento sustentado

As ligações que se criam com os membros da comunidade serão similares às da amizade. As parcerias devem ser consolidadas trabalhando com os indivíduos do colectivo em foco, mesmo depois de cumpridas as metas iniciais do projecto. Quanto melhor se conhecer a comunidade, mais as suas necessidades serão compreendidas abrindo caminho ao design como ajuda.

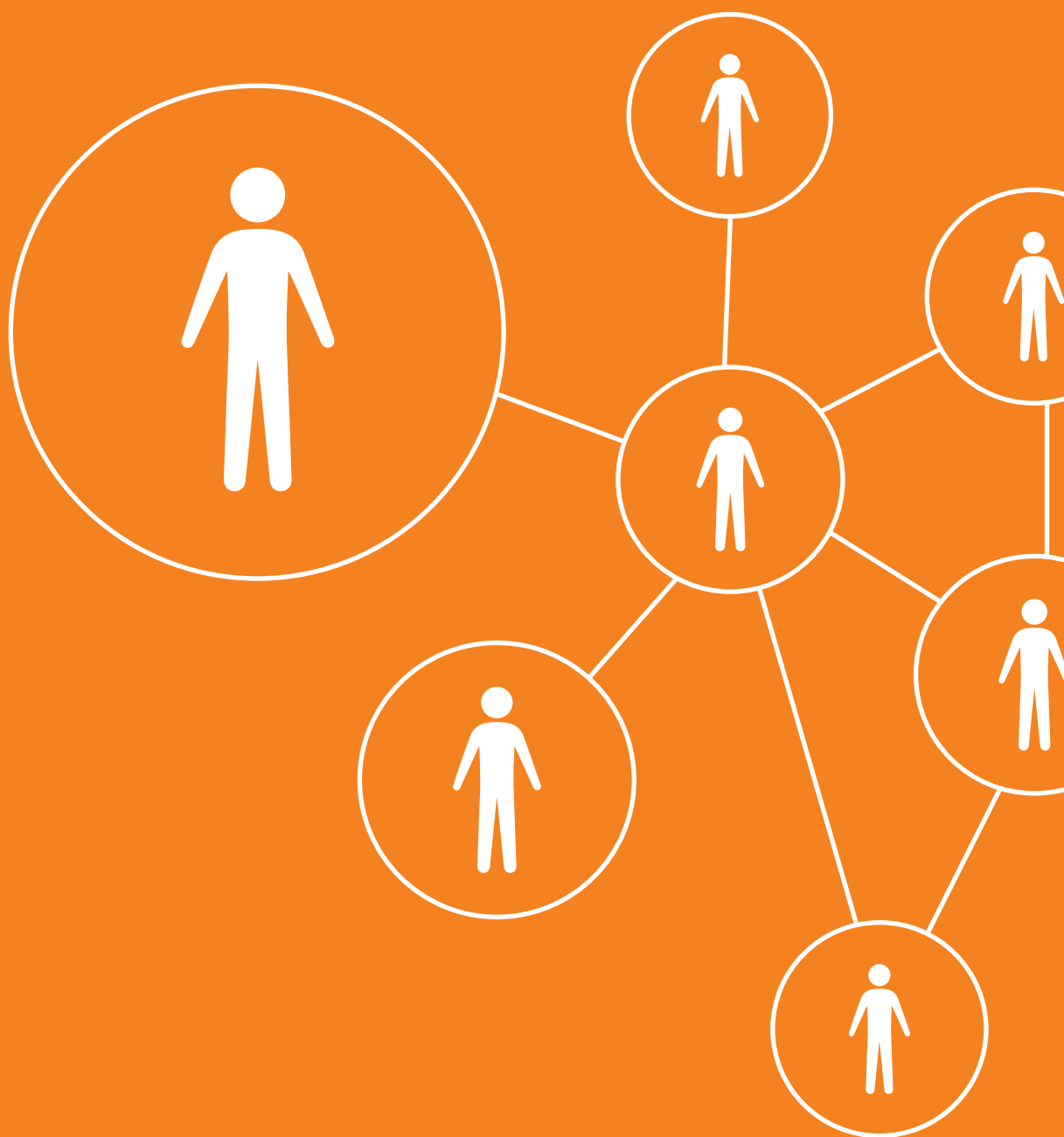
Para forjar esses laços com os núcleos comunitários pode-se recorrer a alguns meios: oferecer os serviços de design; iniciar um programa de estágio ou de aprendizagem com jovens da comunidade; integrar o conselho de liderança da comunidade; ou descobrir outras formas de ficar em contacto frequente com os líderes comunitários (Shea, 2012, p.138). Um outro meio de estabelecer pontes entre o agente exterior que é o designer e os indivíduos pertencentes à comunidade poderá concretizar-se nas relações com organizações sem fins lucrativos na própria vizinhança, baseadas em interesses mútuos. Com o tempo, estas parcerias desenvolvem-se em projectos mais eficazes e relevantes.

Como em todas as relações, trata-se de um percurso demorado tanto a construir como a manter, mas a perspectiva do

designer é sempre de melhorar a forma como trabalhar e ajudar os membros de cada comunidade.

Para além de todos os conceitos de design abordados anteriormente, há que considerar a fotografia e a relação que tem com o design, mais especificamente, o design aplicado à fotografia pela convergência de dados factuais com um olhar interpretativo sobre os mesmos. Esta funcionalidade dual - estética e informativa - pode encontrar-se tanto na composição da imagem fotográfica, como em conjuntos ordenados de fotografias que através do design aí aplicado viabiliza leituras com impacto na realidade social.

Tem de se ter em conta a informação que uma fotografia transmite e o que isso implica, isto é, devido à forma como os elementos são colocados numa imagem é possível levar o espectador a sentir algo para que o fotógrafo pretenda chamar a sua atenção ou a sua emoção. Nesse sentido, os conceitos subjacentes à fotografia e a maneira como esta pode ser aplicada na mudança pessoal e social são saberes a adquirir para aprofundar esta investigação que visa interligar grupos distintos existentes numa sociedade diversificada.







## 2. Fotografia como Ferramenta Social

---





## 2. FOTOGRAFIA COMO FERRAMENTA SOCIAL

Neste segundo capítulo inicialmente será abordada, de forma breve, a fotografia na sua relação com o design. Pretende-se mostrar a relevância da fotografia no quotidiano do(s) indivíduo(s) e o que transmite relativamente ao seu passado, ao presente e ao futuro, assim como as semelhanças conceptuais existentes entre a área da fotografia e do design.

Seguidamente serão analisados os tipos de fotógrafo, o equipamento e o processo fotográfico. Alguns aspectos inerentes à representação do tema pelo fotógrafo serão, também, contemplados, nomeadamente: o público, a narrativa, a composição, os signos e os símbolos, o texto, a linha, a forma, a textura e a luz, a cor, o contraste e o padrão.

Neste capítulo considerar-se-á, ainda, o design aplicado à fotografia que, de forma geral, se baseia na composição de elementos dentro de uma imagem. Serão descritos os princípios do design aplicados à fotografia que foram utilizados ao longo desta investigação: ritmo, harmonia, contraste, equilíbrio e simetria. Adotar-se-á a perspectiva de Deepak Mathew (2010) relativamente às várias facetas que orientam o design e que, segundo este teórico se organizam em dois conjuntos de directrizes: princípios e elementos. Os elementos são utilizados para criar uma composição visual: linha, cor, textura, traça, forma, valor e tamanho e, por sua vez, os princípios do design são o resultado de todos estes elementos na composição. Também serão abordadas as características da fotografia e a sua afinidade com o design ao nível da composição.

O último tema evidenciado diz respeito à fotografia como factor de mudança pessoal e social, salientando-se a importância da educação pela arte e como ela constituiu uma mais-valia para os jovens. De facto, Eisner (2004) salienta: “as formas de representação são meios para que os conteúdos da consciência se tornem públicos (...) o processo de tornar público o conteúdo da consciência é uma maneira de o descobrir, estabilizar, rever e partilhar”<sup>1</sup> (Eisner, 2004, p.25). Na verdade, a arte ou qualquer aprendizagem de uma expressão ou recurso artístico viabilizam a consciencialização da realidade social envolvente e constituem

1] T.L. de: las formas de representación son medios por los que se hacen públicos los contenidos de la conciencia (...) el proceso de hacer público el contenido de la conciencia es una manera de descubrirlo, estabilizarlo, revisarlo y compartirlo.

um instrumento de acção na tessitura comunitária e até na esfera social mais ampla. Thomas Hirschhorn (2017) aponta, inclusivamente, o papel nivelador da arte na medida em que pode contribuir para o esbater das desigualdades existentes:

A arte é uma ferramenta, a arte é uma arma que pode ser utilizada para construir igualdade. A arte deve operar e está a ser operativa. Não há outro fundamento, não há outra missão. A afirmação absoluta de igualdade é o laço, a conexão escondida e invisível que mantém a obra coesa. A igualdade não existe como um facto, porque o montante de desigualdades factuais é imenso - tenho consciência disto<sup>2</sup> (Hirschhorn, 2017, p.64).

2] T.L. de: Art is a tool, art is a weapon that can be used to build equality. Art must operate and is operating. There is no other fundament, there is no other mission. The absolute affirmation of equality is the link, the hidden and invisible connection that holds the work together. Equality doesn't exist as a fact, because the amount of factual inequalities is immense - I am aware of this.

O papel charneira da fotografia será, pois, considerado nos estudos de investigação-acção participativos enquanto instrumento catalisador de mudança, viabilizando o acesso a realidades e perspectivas distintas e a capacidade de comunicar e sensibilizar os indivíduos para as questões sociais que os rodeiam. Esta abordagem basear-se-á no quadro teórico e metodológico para projectos de investigação-acção participativos de Caroline Wang e Mary Ann Burris, à qual chamaram *Photovoice*, método que propõe a inserção de actividades de base comunitária no processo investigativo, com a finalidade de capacitar indivíduos de grupos sociais em situação de exclusão (Wang & Burris, 1997).

A fotografia constitui um dos elementos do design a que mais frequentemente se recorre em muitos actos de comunicação, estejam associados à esfera da tecnologia, do negócio, da política ou da arte. A fotografia, pelas suas características, consegue triangular a relação entre o seu autor, o objecto e o receptor, combinando realismo e expectativa em graus variáveis consoante os objectivos pretendidos. Não admira, pois, que o design social também encontre nela um meio de excelência para estabelecer as pontes desejadas entre a denúncia da realidade, a mostra de cria-

tividade e a sensibilização dos destinatários.

A sua história, ainda que não muito recuada, já foi suficiente para demonstrar a importância que tem quer nas vivências urbanas ou rurais, quer em momentos de paz e de guerra. Em meados do século XIX, a invenção da fotografia permitiu este novo meio de reprodução da realidade. Desenvolvida por Niépce<sup>3</sup> e Daguerre<sup>4</sup>, a fotografia viria a influenciar os diversos meios de informação, dando origem à reportagem fotográfica no jornalismo, bem como à publicidade.

A fotografia envolve uma série de processos mecânicos, ópticos e químicos associados que transpõem o objecto para a sua representação fotográfica. Tais processos permitem o retrato do objecto de forma real, embora por mais real que seja ou pretenda ser, esta representação é sempre uma cópia da realidade, devido a todos os passos processuais envolvidos na formação de uma fotografia. Tudo se inicia com o sistema câmara – objectiva – obturador, “que pode ver de forma analógica, mas não idêntica, à do olho humano” (Adams, 2003, p.17).

As imagens obtidas pela fotografia sofrem uma alteração óbvia face ao objecto *per se*; são “resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões espaço-temporais, para que se conservem apenas as dimensões do plano” (Flusser, 1998, p.27)<sup>5</sup>. São produto da actividade do fotógrafo que, na maior parte dos casos, converte uma dimensão tridimensional numa imagem bidimensional. Assim, as imagens formadas irão ter uma identidade independente, embora relacionada com a situação original em que foram capturadas. Trata-se de códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas e têm o propósito de representar o mundo, usualmente retirando os parâmetros do espaço e do tempo.

Dependendo da forma como o seu autor as concebe, as imagens captam a atenção das pessoas de modo vário. Todavia, a fotografia costuma ser entendida sobretudo como um testemunho, um depoimento silencioso que, como outras linguagens, exhibe a marca do seu criador. Na imprensa isso verifica-se, pois, diariamente os fotojornalistas procuram imagens para colocar no jornal e cada fotógrafo privilegia e fixa um aspecto do que vê de acordo com a sua intenção e com o seu próprio perfil enquanto agente

3] Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) foi um inventor francês. Pioneiro na área da fotografia, desenvolveu a técnica da heliografia: gravura com luz solar, tendo o inconveniente da baixa velocidade de captação e da pouca qualidade. É o autor da imagem fotográfica mais antiga, feita por volta de 1826 sobre uma placa de estanho sensibilizada com sais de prata.

4] Louis Jacques Mandé Daguerre (1765-1833) foi pintor, cenógrafo, físico e inventor francês. Autor da primeira patente de um processo fotográfico, o daguerreótipo (1835).

5] Edição no original Flusser, V. (1983). *Fur eine Philosophie der Fotografie*. Gotinga: European Photography. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Flusser, V. (1998). *Ensaio sobre a Fotografia – para uma filosofia da técnica*. (org.) José Bragança de Miranda. Col. Mediações. Lisboa: Relógio D’Água Editores.

criativo. Assim como é possível identificar um artista plástico pelo estilo das suas pinceladas sobre a tela, pelas cores que usa, pelo perfil das peças ou do material empregue no trabalho artístico, também se reconhece a temática, a luz, o ponto de vista, a composição, as cores, entre outros, seleccionados por um fotógrafo.

O que uma fotografia narra geralmente tem precedência sobre o que significa, ou seja, o fotógrafo parte de um motivo que o induz a produzi-la. A vantagem inerente a esta noção reside no facto de a fotografia se ter tornado uma ferramenta muito útil na sociedade contemporânea para a transmissão de informações sobre todos os aspectos da vida. O inconveniente, porém, é que na fotografia a atenção se focaliza no assunto, sendo, com frequência, esquecido o papel do indivíduo que a produziu. Efectivamente, na maioria das fotografias, mesmo naquelas de impacto extraordinário nas nossas vidas, desconhece-se o autor e o receptor parece despojado de curiosidade acerca dele.

Não obstante, o fotógrafo é o iniciador do processo, assumindo-se, antes de tudo, como um seleccionador de assuntos, fazendo uma escolha consciente entre a miríade de temas possíveis. Ao produzir imagens procura suscitar interesse pelo assunto representado junto dos outros. “Se o assunto da fotografia é o veículo para questões mais profundas, então é responsabilidade do fotógrafo pensar e sentir mais profundamente sobre essas questões. Isso parece evidente. Mas como alcançá-lo? Por uma seriedade de espírito”<sup>6</sup> (Jay, 1988).

6] T.L. de: If the subject of the photograph is the vehicle for profounder issues, then it is the photographer's responsibility to think and feel more deeply about those issues. That sounds self-evident. But how is it achieved? By a seriousness of spirit.

A fotografia é essencialmente comunicação “e não existe comunicação sem conteúdo” (Zuanetti *et al.*, 2004, p.12), havendo a necessidade do fotógrafo se afirmar como observador atento do seu *zeitgeist*, investindo não só na sua formação profissional, como na sua cultura geral. Com estes elementos conseguirá criar a sua linguagem pessoal e chegar ao Outro de forma mais actuante.

Os fotógrafos são, muitas vezes, alvo de diversas críticas sobre o modo e o significado das suas obras. Ora, a crítica é um direito do público face a qualquer obra e também pode ser um contributo enriquecedor para o próprio fotógrafo, na medida que o impele a reflectir sobre o seu percurso e resultado criativo. No entanto, cabe ao público, em simultâneo, procurar compreender

a obra e o seu contexto para que a apreciação seja justa e, acima de tudo, fonte de representações mais participadas.

A Fotografia executa uma função extremamente bem: mostra como alguma coisa ou alguém se parece, sob um determinado conjunto de condições num momento específico no tempo. Esta especificidade tem sido, e continua a ser, uma bênção e uma maldição para a fotografia<sup>7</sup> (Jay, 1988).

As decisões mais relevantes na fotografia dizem respeito à imagem propriamente dita, às razões para a captar e à forma como surge. A tecnologia desempenha também um papel importante, que se traduz nos meios conducentes à realização das ideias e à sua percepção. O fotógrafo tem de conseguir transmitir a sua ideia para a criação da imagem e, através do equilíbrio entre as potencialidades da máquina e a sua ideia, obter sucesso. No caso do fotógrafo amador, as suas fotografias não requerem significado pois constituem meras recordações despojadas de qualquer preocupação formal e conceptual. Já o fotógrafo profissional, intuitivamente e pela sua formação, tenta compreender e relacionar a imagem que vê a uma ideia ou dado do seu enquadramento conceptual. Ele estabelece um elo de compreensão entre o objecto e o modo representacional de tal maneira que os elementos constituintes da imagem no seu todo estejam carregados de significado.

Na verdade, a fotografia afigura-se, numa primeira abordagem, como algo fácil de realizar, intuitiva e comum pelo facto de bastar um simples “click” para ser possível captar uma imagem; é um processo imediato. Qualquer que seja o impulso de pensamento e/ou planeamento que vai imbuir uma fotografia desde que é nada para algo consistente passa-se apenas um instante, uma fracção infinitesimal de tempo a partir do momento da libertação do obturador. A brevidade desta acção tem como consequência a imagem poder ser tomada com ligeireza e sem ponderação e, porque pode, muitas vezes assim é.

Apesar do realismo geralmente associado às fotografias, elas são criadas num contexto espacial que pode ser transportado sem

7] T. L. de: Photography performs one function supremely well: it shows what something or somebody looked like, under a particular set of conditions at a particular moment in time. This specificity has been, and remains, photography's boon as well as its bane.

alteração para a imagem final, seja impressa ou num visor, ou pelo contrário, sofrendo modificações, sendo cortada, ou prolongada. Em qualquer caso, os limites da imagem, quase sempre em formato de rectângulo, exercem uma forte influência sobre o cerne do representado, alterando a percepção que dele o receptor possa ter.



## 2.1 REFLEXÃO SOBRE AS RELAÇÕES ENTRE FOTOGRAFIA E DESIGN

As fotografias parecem integrar cada vez mais o nosso quotidiano em circunstâncias e actividades diversas, elas podem constituir elementos publicitários, indutores de práticas de consumo, seja de objectos materiais, seja de serviços; ou podem ser elemento documental no relato de acontecimentos quer de índole privada, quer de natureza pública. Podem, pois, ser para alguns de nós um bem precioso, na medida em que são memórias, recordações de algo ou alguém que se associa à vida de qualquer indivíduo, pelos afectos, pelos acontecimentos que o marcaram, pelos momentos que deseja cristalizar no tempo.

Num plano mais vasto as fotografias são testemunhos históricos que registam os momentos mais significativos da memória colectiva de um povo, tanto em registo comemorativo, como na traça dos períodos de sofrimento ou dificuldade.

Em qualquer dos casos, as fotografias retêm o passado, os anos, as horas, os minutos e os segundos atrás. Dão forma a lembranças, permitem partilhar ideias, conceitos e crenças. Contudo, podem ser ambivalentes, transmitindo realidades ou distorcendo-as, representando ideias de alguém, ou de um grupo, ou manipulando-as.

O contexto influencia o modo como o receptor estabelece a sua interpretação da fotografia. Uma mesma fotografia pode ser utilizada em diferentes contextos e, portanto, assumir significados distintos em relação a cada um deles, tendo em consideração a experiência e a expectativa do público ao criar e localizar imagens em termos geográficos e de assunto.

O contexto pode, pois, ser definido pela função da fotografia; pela sua localização; pela sua relação com outras; pelo uso de texto ou por factores ainda mais externos, por exemplo, a sua data, referente geográfico e interpretações culturais e experiências trazidas pelo público (Short, 2013, p.28).

A escolha do objecto ou tema e a forma como será fotografado são aspectos fundamentais da linguagem visual e, portanto, curiais na construção da fotografia. O objecto será o que o público vê estruturado para conduzir a uma série de interpre-

tações. Logo, há, inevitavelmente, uma relação entre o objecto fotografado, a fotografia e o público receptor.

A essência do trabalho está na envolvimento do(s) receptor(es) com o tema, pois essa relação vai transparecer nas fotografias. Ao compreender porque está a fotografar, o autor fica mais apto para seleccionar o modo, o ângulo, a luz e outros elementos inerentes ao acto de fotografar para melhor se adequar ao tema escolhido e, por sua vez, isto vai ajudar o receptor a interpretar a imagem que contempla. O conceito está, pois, directamente relacionado com o motivo de se fotografar o tema/objecto inserindo-o, por sua vez, num contexto.

A fotografia, porque constitui um bem móvel, consegue transportar um local/objecto para outro espaço completamente diferente. Os motivos subjacentes à elaboração de uma determinada fotografia com a sua específica forma de representação prendem-se a questões tão simples como a capacidade de transportar o objecto representado de um espaço físico para outro, ou por motivos de índole comercial ou de denúncia social e política. As questões ambientais têm sido divulgadas a nível global precisamente devido a esta capacidade de uma fotografia de uma determinada localização geográfica poder ser conhecida em outras latitudes, contribuindo assim para uma maior percepção dos públicos relativamente àquele tema. O fotógrafo, ao optar por uma certa fotografia e não outra, está a interagir com as referências que o receptor traz consigo induzindo-o a fazer uma leitura mais completa.

Além de tomar consciência do tema escolhido para a elaboração da fotografia e do contexto em que será inserida, bem como do conceito em que radicou, torna-se imperativo determinar a intencionalidade do acto de fotografar. Cada fotógrafo tem as suas próprias convicções, qualidades pessoais e competências técnicas que vão influenciar o modo como olha a realidade de onde a fotografia é captada, componentes fundamentais no processo de realização de uma imagem. A abordagem conceptual é a essência do processo e da fotografia e a relação entre o conceito e o objecto sustém o que o fotógrafo concretiza: “ter uma compreensão clara do conceito, da justificativa para um trabalho,

substanciará muitas decisões que você vai tomar como fotógrafo antes, durante e depois de fazer a foto” (Short, 2013, p.46).

Também no design é primordial a formulação de um conceito a ser aplicado na representação do objecto para responder aos objectivos pretendidos. Existem, portanto, semelhanças no processo de desenvolvimento de uma fotografia e de um trabalho de design. Além do conceito, os princípios do design – ritmo, harmonia, contraste, equilíbrio e simetria – aplicam-se na fotografia e alguns dos grandes fotógrafos têm a sageza de trabalhar com eles. No entanto, nem todos os utilizam apesar de se tratar de uma competência que, além de poder ser aprendida e desenvolvida pelos agentes criativos, contribui para um melhor resultado nas fotografias efectuadas.

A expansão contínua da cultura digital estimulou o interesse pelo mundo da fotografia como uma forma de arte de massas e surgiram novos canais de distribuição para o envio e circulação mundial de fotografias a um ritmo alucinante. Porém, não é apenas esta nova tecnologia que facilita o volume e a velocidade de distribuição de imagens; a nossa mentalidade colectiva e a nossa ânsia por velocidade também funcionam como catalisadoras dessa reacção (Webb, 2015). No entanto, amiúde, o enorme volume de fotografias ao dispor dos observadores carece de substância, arte, significado e intenção, ou, como diz Webb, “o que se vê é uma vitória esmagadora do medíocre e do mundano” (2015, p.6). Um fotógrafo dotado de bom senso e conhecedor dos princípios do design está apto a produzir imagens que são produtos distintos dos criados rapidamente ou por mera conveniência.

Georges Didi-Huberman, no seu ensaio *Quand les Images Prennent Position* (2009), salienta precisamente a diversidade das imagens actualmente acessíveis ao receptor e a necessidade de quer a nível da sua criação, quer a nível da sua exegese se aprofundar o seu significado mais profundo.

Num mundo onde as imagens proliferam em todos os sentidos e onde os seus valores de utilização nos deixam tão frequentemente desorientados – entre a propaganda

8] T.L. de: Dans un monde où les images prolifèrent en tous sens et où leurs valeurs d'usage nous laissent si souvent désorientés — entre la propagande la plus vulgaire et l'ésotérisme le plus inapprochable, entre une fonction d'écran et la possibilité même de déchirer cet écran —, il semble nécessaire de revisiter certaines pratiques où l'acte *d'image* a véritablement pu rimer avec l'activité *critique* et le travail de la pensée. On voudrait s'interroger, en somme, sur les conditions d'une possible *politique de l'imagination*.

mais vulgar e o exoterismo mais inalcançável, entre uma função de ecrã e a própria possibilidade de rasgar esse ecrã — parece necessário visitar certas práticas em que o acto da *imagem* possa verdadeiramente rimar com a actividade *crítica* e o trabalho do pensamento. Em suma, seria desejável interrogamo-nos sobre as condições de uma possível *política da imaginação*<sup>8</sup> (Didi-Huberman, 2009).

O estudo do design constituirá um contributo de peso na produção de fotografias, na medida que propicia a exploração de todo o seu potencial, quer enquanto objectos de arte, quer como meio transmissor de mensagem em campos e com objectivos tão diversificados como os da publicidade, da intervenção cívica e política e da reflexão filosófica sobre os sentidos da existência.

## 2.2 A FOTOGRAFIA E O ACTO DE FOTOGRAFAR

A fotografia constitui um elemento fulcral deste projecto, na medida em que é o meio escolhido para transmitir e aplicar os princípios do design numa iniciativa que se enquadra no design social. Assim, afigura-se necessário explorar algumas das características essenciais à fotografia quer na sua vertente teórica, quer na sua aplicação, com o público, a narrativa, a composição, os signos e os símbolos, o texto, a linha, a forma, a textura e a luz, a cor, o contraste e o padrão.

Estes aspectos aqui descritos, porque inerentes à representação do tema pelo fotógrafo, foram abordados nas sessões de aprendizagem dos jovens que participaram ao longo do projecto. Também há que considerar, ainda que de forma sumária, alguns aspectos da história da fotografia para melhor entender as suas aplicações e interpretações na contemporaneidade.

Recorrer-se-á, também, a dilucidações providas de campos de saberes como a semiótica, a retórica e a análise de imagem porque enquadram alguns dos elementos a serem transmitidos aos jovens.

Há que salientar que a transmissão destes conteúdos teve de ter em conta, as idades e os contextos educativos dos jovens participantes, implicando portanto uma constante flexibilidade das estratégias pedagógicas para assim garantir o sucesso do projecto e, sobretudo, o bom impacto deste em cada um dos jovens.

A fotografia tanto pode ser definida como uma técnica ou como arte. Na verdade se se considerar o que foram os primórdios da fotografia, verifica-se que ela suscitou um intenso debate quanto ao lugar que lhe deveria pertencer entre as artes nobres como a pintura ou a escultura.

Trata-se sem dúvida de algo no domínio das artes visuais, mas para Walter Benjamin falta-lhe a “aura” na medida em que a reprodução das imagens capturadas *ad infinitum* as reduziria a meras cópias no sentido platónico do termo, ou seja, desprovidas de autenticidade. Todavia, desde Niépce e Daguerre até ao presente,

9] Cf. Benjamin, W. (1931/2005). “Little History of Photography”. In Benjamin, W. *Selected Writings*, Volume 2, Part 2 [1931-1934], Trad. Rodney Livingstone, eds. Michael W. Jennings, Howard Eiland & Gary Smith. London: University Press paperback edition, pp. 507-530.

com a tecnologia digital, a fotografia ganhou um lugar não só indiscutível como quase banal, porque fotografar é um gesto habitual e rotineiro e com frequência se tende a negligenciar o que lhe subjaz: a sua estética e composição, o seu autor, o seu objectivo e os passos necessários para obter o resultado que se oferece aos olhos do observador. Em suma, o observador normalmente prende-se ao valor informativo do retratado e negligencia tudo o mais.

Todavia, ao visualizar fotografias, há que tomar consciência de que se trata de um objecto com diversas leituras, nomeadamente informativa, estética, científica e mesmo teleológica. Por outro lado, a disponibilidade e os avanços do equipamento fotográfico, actualmente em grande parte com funções automáticas, também pode fazer crer que tudo é fácil e tirar fotografias não exige nem grande técnica, nem sentido estético. Assim, as fotografias são percepcionadas amiúde como registo de eventos e temas passíveis de sensibilizar qualquer utilizador de uma máquina fotográfica.

A partir desses registos podem construir-se arquivos visuais que tanto podem ter apenas interesse para um qualquer indivíduo singular, como para um número mais ou menos alargado de pessoas. No primeiro caso trata-se da chamada fotografia egoísta, actualmente, bastante comum; no segundo caso a fotografia é perspectivada como um produto cultural resultante de um acto criativo e consciente.

Enquanto arte de criar imagens, fotografar implica uma dinâmica que envolve o agente fotógrafo, o objecto representado e o receptor. No que respeita ao agente fotógrafo Mathew (2010) recupera uma visão dicotómica ao considerar a existência de dois tipos de fotógrafos, que se poderão passar a designar por o imediatista e o artístico. O primeiro tira fotografias sem pensar, em que o objectivo é captar um momento e partilhá-lo com amigos e família. Neste caso, a parte estética torna-se secundária face às memórias pessoais atribuídas à imagem. O segundo, o fotógrafo artístico, vê o objecto e a ideia dele formar-se na sua mente, ou seja, visualiza a composição e o posicionamento dos elementos no quadro antes de carregar no botão. O fotógrafo pensa, pois, no que a imagem irá comunicar para além do que retrata, denotando

um esforço consciente reflexivo, o qual resulta num certo ordenamento dos elementos que irão compor a imagem.

No respeitante ao equipamento e ao processo fotográfico, incluindo o tempo da captura, houve uma evolução dos instrumentos disponíveis que tem afectado a qualidade do produto final.

De um ponto de vista histórico, convém lembrar que as primeiras máquinas fotográficas consistiam em meras caixas de madeira feitas por marceneiros, com uma lente na parte dianteira e um suporte sensível à luz na parte de trás. Com um pouco de cuidado e um módico de conhecimentos, os entusiastas podiam construir a sua própria máquina. Tratava-se de mecanismos óptico-mecânicos que combinavam lentes e mecanismos sensíveis, peças mecânicas que vieram a ser substituídas por componentes eléctricos ou electrónicos.

A integração de três sistemas distintos, peças ópticas e mecânicas e controlos electrónicos, constitui um avanço tecnológico. Todavia, a maior parte das imagens mais conhecidas foi criada por máquinas de rolo ou não-digitais. Na verdade, muitos fotógrafos ainda preferem utilizar máquinas mecânicas, como a *Leica* ou a *Hasselblad*, não só por causa da sua fiabilidade e simplicidade operativa, mas também porque permitem uma experiência mais directa com o tema a fotografar.

O equipamento de imagem digital é relativamente recente, tornando-se viável e rendível nos anos 90 do século XX, tendo sofrido uma evolução rápida. As suas principais vantagens relativamente às máquinas de película são a rapidez e a garantia de resultados no local; a câmara escura e os respectivos produtos químicos de revelação também se tornaram desnecessários em virtude da possibilidade de fazer impressões computadorizadas; as máquinas digitais, quando comparadas com as mecânicas, são mais silenciosas e leves e têm maiores velocidades de obturador. As máquinas digitais dão ainda a possibilidade de colocar as imagens no computador e fazer modificações por meio de *software* de manipulação, o que dá uma amplitude artística antes inviável. Finalmente, as imagens digitais são facilmente transmitidas por via electrónica, atingindo uma amplitude de divulgação a nível global se desejado. Porém, também apresentam algumas desvan-

tagens, nomeadamente, a ilusão da boa qualidade das imagens no visor, mas sem a resolução tão alta como as das máquinas analógicas, o que prejudica a qualidade de tom e cor pretendidos.

As máquinas digitais dividem-se em compactas, *bridge*, híbridas e *reflex*, cada uma destas categorias com características distintas, devendo ser escolhidas consoante o que o fotógrafo amador ou profissional pretende no seu trabalho.

Aliás, o meio de divulgação da imagem, isto é, onde irá ser inserida, depende não só da tipologia do trabalho, como do estatuto do fotógrafo. Assim, encontram-se fotografias como suporte de notícias ou com autonomia própria em jornais ou revistas, em artigos dos mais variados assuntos, desde o *faits divers* às ilustrações desportivas, científicas e políticas. As imagens podem ainda estar integradas em livros ou constituírem elas próprias livros em que o fio narrativo se faz por essas representações iconográficas. As fotografias podem ainda exhibir-se em galerias de arte de modo permanente ou em exposições e instalações temporárias que, nos anos mais recentes, tendem a deambular por vários pontos do globo, chegando assim a públicos de diferentes nacionalidades.

O terceiro elemento deste triângulo, o receptor, também tem um papel interveniente na interpretação da imagem que observa, podendo ser sensibilizado de vários modos. Num primeiro momento, a reacção mais imediata será ver a imagem como o registo de um evento ou de um objecto. Um olhar mais atento poderá conduzir o observador a entender aquela imagem como um processo ou uma experiência. No primeiro caso, se as expectativas do receptor forem satisfeitas devido ao uso preciso da técnica requerida, ele considerará a visualização bem conseguida. Já no segundo caso, o receptor, tal como o fotógrafo, tenta experienciar algo através da imagem, buscando a ideia que a enforma. Isso acontece quando a imagem desencadeia um fluxo de pensamentos na mente do receptor, a partir de um vocabulário visual que pré-existe (Mathew, 2010, p.12). A fotografia enquanto experiência actua através do estabelecimento de ligações cruzadas e constrói uma nova perspectiva que leva a uma experiência estética.

A fotografia é, simultaneamente, uma forma de auto-expressão e documentação, na medida em que transmite o olhar do



fotógrafo, e documentação pela carga informativa que faculta aos receptores. O efeito denotativo e emotivo que se combinam em cada imagem abrem uma multiplicidade de respostas por parte do receptor. Poderá afirmar-se que a fotografia se torna uma revelação para os olhos e para a mente.

Uma das questões que se coloca de forma mais recorrente a um fotógrafo será determinar o que torna uma fotografia especial. O fotógrafo Joel Santos afirma que “uma boa fotografia é aquela que, ao ser observada, fica para sempre na nossa memória” (Santos, 2015, p.8). Naturalmente, são poucas as que atingem esse estatuto permanente, o que faz com que muitos fotógrafos persigam incessantemente o objectivo de criarem uma imagem inesquecível.

Por consequência, o autor de uma fotografia tem de procurar compreender os processos visuais e mentais que estimulam o cérebro humano, pois é com base nesse conhecimento que define a composição da sua obra, guiando a audiência a um resultado premeditado. A composição depende de processos conscientes e inconscientes, tal como o instinto visual que ajuda o fotógrafo a perceber se a fotografia está boa. Esta intuição é recorrente em múltiplos actos do quotidiano em que o sujeito se apercebe quase de imediato de algo sem tomar plena consciência de todos os passos que o seu raciocínio percorreu. Por exemplo, quando um condutor pretende estacionar o carro num lugar sabe intuitivamente que o espaço é suficiente sem precisar de o medir. Com a fotografia acontece idêntico fenómeno quando o fotógrafo opta por uma composição que integra elementos com números ímpares, certas formas geométricas, ou uma determinada luz sem conseguir precisar exactamente o motivo dessa preferência.

Muitos destes processos aparentemente instintivos, enraizados nos nossos mecanismos de percepção podem ser formalizados sob a forma de leis, princípios e regras, que ajudam o fotógrafo a compreender, refinar e a treinar o olhar. Normalmente, o objectivo do fotógrafo é conceber uma composição ordenada, simples e harmoniosa, ou então, com conhecimento de causa, subverter todas as normas para criar uma imagem mais arrojada.

Posteriormente serão enumerados alguns aspectos que podem apoiar o fotógrafo na abordagem ao tema que pretende repre-

sentar: o público, a narrativa, a composição, os signos e símbolos, o texto, a linha, a forma, a textura e a luz, a cor, o contraste e o padrão.

### O Público

No triângulo fotógrafo, fotografia e receptor, o público constitui uma peça fundamental no acto de comunicação que a fotografia cumpre. Sem ele a fotografia é como um texto não lido, uma carta nunca aberta e, portanto, sem capacidade de transmitir algo ao outro. Este aspecto relacional da fotografia que une o fotógrafo ao seu público implica um conjunto de qualidades e competências por parte do fotógrafo e do modo como a obra, ou obras, chegará a esses receptores.

Um dos maiores desafios que se apresentam aos fotógrafos principiantes é a tradução das suas ideias em imagens. A sua relação com o tema, a sinceridade e a clareza da sua intenção, apoiadas na sua destreza técnica, devem associar-se à paixão e ao comprometimento com a sua arte. Só assim pode o fotógrafo almejar o envolvimento do público (Short, 2013).

A fotografia pode provocar uma repercussão no indivíduo e na sociedade no seu conjunto mais profunda do que um mero registo de eventos. Logo, deve reflectir-se sobre a fotografia a partir da perspectiva da intenção, mas sem esquecer como no final ela se apresenta, visto que é esse resultado último que o público realmente vai ver e a que vai reagir. A disposição do receptor para acreditar na narrativa construída pelo fotógrafo é influenciada pela confiança que deposita na autenticidade da fotografia e no esforço do fotógrafo para a comunicar.

O contexto é um dado a ter em conta tanto no que respeita à intenção do fotógrafo, como na posterior interpretação da obra por parte do público. Contudo, não pertence à esfera da intencionalidade ou da expressividade do fotógrafo a capacidade de prever a resposta do público, ou seja, a sua interpretação. Não obstante, essa interpretação pode ser influenciada pela envolvimento do fotógrafo na linguagem visual que partilha com o seu público, conseguindo, assim, estabelecer linhas de sintonia entre a sua intenção e o modo como os receptores vão decodificar a obra.

O contexto expositivo, isto é o espaço e o modo em que

a obra, singular ou plural, é mostrada ao público, constitui outro elemento capaz de propiciar a identificação dos receptores com o objecto exposto. O tamanho, o formato e a ordenação das obras fotográficas são os principais elementos que vão influenciar como as imagens se relacionam entre si, ou como são percebidas individualmente. Conjuntos de tipologias ou séries são uma forma simples, mas eficaz, de permitir que o observador veja as semelhanças e as diferenças num grupo de fotografias (Short, 2013).

O público, ou públicos, que ocorre a exposições de fotografia não é, obviamente, um conjunto homogêneo de indivíduos. Pode ser considerado de vários ângulos, como, por exemplo, por faixas etárias, ou por públicos adultos pertencentes a estratos sociais com níveis de instrução distintos que, por sua vez, sugerem maior ou menor familiaridade com a obra de arte e com a capacidade de a decodificar. As variedades de público podem ser sucessivamente discriminadas e analisadas, constituindo indubitavelmente um elemento de surpresa para o autor das fotografias. Com as actuais ferramentas de divulgação, o fotógrafo tem de considerar a potencial coexistência de públicos diversos com os quais deverá comunicar, o que constitui um sério desafio por mais experiência que o artista possua.

### A Narrativa

A fotografia enquanto imagem ou sequência de imagens em regra conta uma história ao seu receptor. Assim sendo, é necessário recorrer a técnicas narrativas para lhe dar sentido, coerência e ritmo. A participação activa do fotógrafo no processo de produção de imagens define-se com base no conceito literário de narrativa, respondendo a algumas das perguntas idênticas às que se colocam ao jornalista quando organiza a notícia: o quê, como e porquê. De igual modo, o designer, quando envolvido num projecto que implica interacção com uma determinada comunidade, também deve responder não só a estas três perguntas como juntar-lhe “para quê”.

Uma narrativa estrutura-se normalmente em princípio, meio e fim. No entanto, uma narrativa fotográfica pode não apresentar esta estrutura, dando simplesmente a conhecer o que ocor-

reu num instante, ou sugerir o que pode suceder. Como diz Short (2013), “uma narrativa fotográfica pode ser uma interpretação fictícia de uma determinada pessoa, lugar, evento ou momento” (Short, 2013, p.98).

Uma série ou um conjunto de fotografias pode funcionar como uma narrativa, mas na comunicação visual não precisa de ter um sentido linear, pode ser cíclica, ou estar contida numa única imagem, ou fazer referências cruzadas que, quando se reúnem, sustentam o entendimento ou a interpretação que o receptor faz das intenções do fotógrafo ou do acontecimento relatado.

O método de produção e a forma de apresentação das imagens irão sugerir ao público indícios visuais passíveis de emprestar estrutura à leitura. Neste caso, o fotógrafo precisa de recorrer a vários pontos-chave durante a produção e a apresentação das imagens. Precisa de compreender de que modo o público vai ver as imagens e determinar o contexto expositivo em que elas serão apresentadas. Ou seja, o fotógrafo adopta preocupações e objectivos inerentes ao design ao definir os modelos de transmissão da sua obra para atingir determinados alvos. Portanto, é necessário o fotógrafo definir o que pretende com o seu trabalho, respondendo a algumas questões, por exemplo, como o que pretende criar:

- Uma tipologia ou um ensaio fotográfico em que cada fotografia mostre um aspecto da história que se desenrola para criar uma impressão geral;
- Uma instalação de forma a criar uma certa interactividade com o público;
- Fotografias autónomas, mas que também assumem maior relevância quando colocadas em conjunto;
- Uma série de imagens com uma determinada sequência para mostrar uma ideia.

Na verdade, até ao século XIX, a informação passava essencialmente pela escrita, não havendo recurso ao ensaio imagético. Walter Benjamin (1931/2005)<sup>10</sup> refere essa mesma ausência de imagens quando afirma: “os jornais eram ainda luxos que raramente se compravam, mas que eram vistos em cafés. Até aí [segunda metade do século XIX] eles não utilizavam a fotografia”<sup>11</sup> (Benjamin, 2005, p.512).

O reconhecimento da relevância da imagem na comuni-

10] Edição no original Benjamin, W. (1931). *Die literarische Welt*, September-October. *Gesammelte Schriften*, II. Trad. Edmund Jephcott & Kingsley Shorter, pp. 368-385. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Benjamin, W. (1931/2005). “Little History of Photography”. In Benjamin, W. *Selected Writings, Volume 2, Part 2* [1931-1934], Trad. Rodney Livingstone, eds. Michael W. Jennings, Howard Eiland & Gary Smith. London: University Press paperback edition, pp. 507-530.

11] T.L. de: newspapers were still luxuries which one rarely bought, but rather looked at in cafes. As yet they made no use of photography.

cação verifica-se porém, em casos de algum modo excepcionais, como, em 1842, o *Incêndio de Hamburgo* (figura 38), em que a imprensa publica desenhos imaginados, embora existam daguerreótipos da catástrofe, realizados por Herman Biow<sup>12</sup>. A pintura poderia ter constituído um instrumento comunicacional mais recorrente ao longo dos tempos, mas porque a obra muitas vezes era feita por encomenda, a sua objectividade é duvidosa. Note-se, a propósito, que os pintores de batalhas raramente pintavam as derrotas do seu país (Amar, 2007).



Figura 38, *Incêndio de Hamburgo*, Herman Biow, 1842, (Irle, 2013)

A fotografia, pelo contrário, foi considerada, desde o seu surgimento, objectiva e verídica, não sendo posto em causa o seu testemunho fiel de factos importantes. Acontecimentos de dimensão nacional ou de carácter trágico e teatral são os primeiramente registados, tais como o incêndio dos moinhos de Oswego, em Nova Iorque em 1853, fotografado por George Barnard<sup>13</sup>, ou as cheias do Ródano de 1856 fotografadas por Denis Baldus<sup>14</sup>. O fotógrafo Philip Henry Delamotte<sup>15</sup>, em 1854, acompanharia a *Construção do Crystal Palace* de Londres até à sua inauguração pela rainha Vitória (figura 39).

12] Herman Biow (1804-1850) fotógrafo alemão que trabalhou com daguerreótipos.

13] George N. Barnard (1819-1902) fotógrafo oficial do exército americano.

14] Denis Baldus (1813-1882) fotógrafo francês de paisagem e arquitectura.

15] Philip Henry Delamotte (1820-1889) fotógrafo e ilustrador britânico.



Figura 39, *Construção do Crystal Palace*, Philip Henry Delamotte, s.d.,  
(<http://www.metmuseum.org>)

16] Charles-Pierre Baudelaire (1821-1867) foi poeta, teórico e crítico da arte francesa.

17] Constantin Guys (1802-1892) pintor e ilustrador holandês. Fazia desenhos para jornais franceses e britânicos.

18] *Illustrated London News* foi o primeiro jornal semanal ilustrado do mundo. Fundado em 1842, em Londres, foi publicado regularmente até 1971.

19] James Robertson (1813-1888) fotógrafo inglês.

20] Felice Beato (1832-1909) fotógrafo italiano.

21] Exemplos: Segunda Guerra de Independência Italiana em 1859, da Guerra da Secessão (1861-1865), nos E.U.A., da expedição francesa a Roma, em 1867.

Os conflitos armados constituem matéria frequentemente trabalhada por fotógrafos vários. O acervo das imagens recolhidas procuraram tratar com fidedignidade os palcos de guerra com os seus feridos, cadáveres e ruínas, bem como cenas do dia-a-dia dos acampamentos militares. Baudelaire<sup>16</sup> comentaria a propósito os desenhos de Constantin Guys<sup>17</sup> sobre a Guerra da Crimeia (1853-1856) para o *Illustrated London News*<sup>18</sup> (baseados nos daguerreótipos de Fenton):

[são] quadros vivos e surpreendentes, decalcados da própria vida (...) nenhum jornal, nenhum relato escrito, nenhum livro exprime tão bem, em todos os seus pormenores dolorosos e no seu sinistro esplendor, esta grande epopeia da guerra da Crimeia (Amar, 2007, p.65).

A atenção dada à Guerra da Crimeia através do trabalho de fotógrafos como, por exemplo, James Robertson<sup>19</sup> e Felice Beato<sup>20</sup>, marca o início de uma prática de relato através de imagens de acontecimentos mundiais e das guerras em particular<sup>21</sup>.

O século seguinte viria a confirmar este pendor documental da fotografia, conduzindo a soluções estéticas e imaginativas para a transmissão de conteúdos que eram marcados por



convicções ideológicas várias e, por vezes, antagónicas.

A fotografia continuou a servir como uma memória de factos marcantes, desde guerras a missões científicas, ou a grandes realizações arquitectónicas, assim, satisfazendo a necessidade de informação e de verdade e participando visualmente no nascimento da história imediata (Amar, 2007).

Não obstante a fidedignidade que lhe é reconhecida, ela desenvolve simultaneamente capacidades interpretativas que irão sensibilizar os seus públicos. Benjamin salienta no seu ensaio “Little History of Photography” (2005) que a fotografia tinha a capacidade de evidenciar sentidos existentes nos mais pequenos detalhes, convertendo-os em palavras pictóricas que, uma vez aumentados e passíveis de formulação atingiam uma dimensão mágica (Benjamin, 2005, p.510). Mais tarde o design viria propiciar a reflexão sobre o modo de olhar e apresentar os objectos aos públicos para suscitar um diálogo promotor de mudanças de sinal positivo.

### A Composição

A percepção de uma imagem ou de um produto de design implica a jusante uma composição eficaz que vai condicionar os sentidos da recepção, aumentando-os ou orientando-os segundo os pressupostos do seu autor. Cabe ao fotógrafo conhecer os princípios que regem a percepção humana para os poder aplicar na construção do arranjo visual e, assim, obter um resultado predeterminado.

Um dos fundamentos teóricos mais relevantes para a compreensão do sistema de percepção assenta na teoria de *Gestalt*<sup>22</sup>, a qual defende que o todo observável tem uma realidade/existência independente das partes que o compõem, ou seja, defende que o cérebro humano tende a perceber formas completas, pois a percepção concentra-se, sobretudo, no reconhecimento visual de formas globais, por exemplo um prédio e não as partes que o compõem: janelas, portas, etc; também um produto de design como um bilhete para um encontro desportivo é imediatamente reconhecido, embora contenha vários elementos identificativos e informativos: logo, local, lugar e data.

Esta teoria também defende que a percepção é formada e

22] *Gestalt* é um termo da psicologia que significa “todo unificado”. Refere-se a teorias da percepção visual desenvolvidas por psicólogos alemães na década de 1920. Estas teorias tentam descrever a forma como as pessoas tendem a organizar os elementos visuais em grupos ou conjuntos unificados quando certos princípios são aplicados.

23] *Prägnanz* é um termo alemão que significa “boa figura”. Esta lei afirma que os objectos são vistos de modo mais simples quanto possível.

influenciada por experiências passadas, o que permite concluir que o indivíduo percebe algo potencialmente diferente da realidade.

A Lei de *Prägnanz* (ou pregnância)<sup>23</sup>, pilar da teoria de Gestalt, afirma a tendência que o indivíduo tem para estruturar as experiências do modo mais simples, ordenado e simétrico possível, logo, o que é observado tende a ser organizado e reduzido à sua forma mais singela, eliminando a complexidade e não a familiaridade, tornando-se a realidade mais clara e, conseqüentemente, com significado. Tendo como ponto de partida a referida Lei de *Prägnanz*, foi criado um conjunto de regras que ajuda a compreender a forma como o cérebro estrutura o que vê: similaridade, proximidade, continuidade, encerramento, figura e fundo e simetria (Santos, 2015):

- A similaridade é a tendência para perceber como um grupo de elementos partilham características visuais idênticas (forma, tamanho, cor, tom ou textura).

- A proximidade é a tendência para compreender elementos que estejam próximos como parte de um mesmo grupo; pode manter-se mesmo quando os elementos são diferentes na sua forma, tamanho, cor, tom ou textura.

- Na continuidade existe propensão para seguir contornos ou formas padronizadas que impliquem ou estabeleçam uma direcção, fazendo com que o olhar do receptor siga um determinado caminho e que seja formado um grupo a partir desse conjunto de elementos.

- O encerramento aponta para a vontade de preenchimento de espaços vazios, introduzindo mentalmente os detalhes suprimidos de modo a criar uma forma ou um padrão.

- A figura e o fundo defendem a vontade de separar figuras completas, normalmente o elemento principal, do seu plano de fundo, processo possível devido às diferenças de contraste, nitidez, tamanho e cor.

- A simetria indica propensão para organizar os elementos como formas simétricas, estáveis, simples e estruturadas.

As regras acima enunciadas e brevemente definidas assumem particular relevo na arte visual da fotografia, cabendo ao artista trabalhar a partir do conhecimento delas para assim obter



imagens que o receptor entenda da forma mais clara e correcta.

Assim, a composição de uma fotografia traduz-se no método utilizado pelo fotógrafo para conseguir passar a sua imagem ao receptor através da organização dos elementos constituintes da imagem: “composição pressupõe, acima de tudo, uma sensibilidade, uma intenção e uma técnica detidas pelo fotógrafo” (Santos, 2015, p.16). O modo como se compõe uma imagem ou um qualquer produto de design é tão importante como a sua qualidade técnica.

Os principais elementos a ter em conta na referida composição são o contraste e o equilíbrio. O contraste salienta as diferenças entre os elementos gráficos. É a “diferença entre extremos – de luz, de valores de negativo ou de tons de impressão, da gama de reflectância do objecto, etc. Quanto maior for a diferença entre extremos que se apresentem juntos, maior é o contraste” (Langford, 2000, p.342). O equilíbrio acontece quando todos os elementos que compõem a imagem estão organizados de tal forma que todos são igualmente importantes; nada é enfatizado. A disposição dos elementos na imagem transmite uma ideia de maior ou menor equilíbrio.

### Os Signos e os Símbolos

Na fotografia e no design são utilizados signos e símbolos, que são aplicados e interpretados, quer pelos fotógrafos, quer pelos públicos na sua relação com os contextos em que surgem. Eles integram uma área de conhecimento denominada semiótica ou semiologia, que remonta ao princípio do século XX, e que é aplicada em muitos campos incluindo a linguística, as ciências e as artes visuais.

Os modelos semióticos foram desenvolvidos inicialmente pelo linguista Ferdinand Saussure<sup>24</sup> e pelo filósofo Charles Sanders Peirce<sup>25</sup>, tendo o primeiro considerado a semiótica como a *ciência geral dos signos*<sup>26</sup>, na qual a linguística, o estudo sistemático da língua, teria a primazia. Ao estudar a natureza do signo linguístico, Saussure descreveu-a como uma entidade com duas faces indissociáveis, significante: a forma que o signo assume; e significado: o conceito que representa.

24] Ferdinand Saussure (1897-1913) linguista e filósofo suíço, cujas elaborações teóricas propiciaram o desenvolvimento da linguística enquanto ciência autónoma.

25] Charles Sanders Peirce (1839-1914) filósofo, pedagogo, cientista e matemático americano.

26] Cf. Saussure, F. (1999) *Curso de Linguística Geral*. Trad. José Victor Adragão. Lisboa: Don Quixote.

27] Cf. Peirce, C. S. (1978). *Écrits sur le signe*. Paris : Éditions du Seuil.

A forte influência dos estudos Saussurianos levaram a que fosse necessário algum tempo até que os investigadores se comesçassem a libertar da proeminência do modelo linguístico e o aplicassem na análise de outros sistemas de signos, aspecto em que o trabalho de Peirce<sup>27</sup> se revelou particularmente valioso, pois abordou a teoria e a tipologia dos signos de modo geral, mas relativizando a língua. Para Peirce, um signo é algo que denota algo para alguém, devido a uma qualquer relação. Joly em *Introdução à Análise da Imagem* (1994), afirma, mesmo,

...um signo possui uma materialidade da qual nos apercebemos com um ou vários dos nossos sentidos. Podemos vê-lo (um objecto, uma cor, um gesto), ouvi-lo (linguagem articulada, grito, música, ruído), cheirá-lo (diversos odores: perfume, fumo), tocá-lo ou ainda saboreá-lo (Joly, 1994, p.35).

Pierce considera, assim, que o seu modelo semiótico é constituído por três partes e não duas como o de Saussure, mantendo uma relação solidária com essas mesmas partes: a face perceptível do signo (não necessariamente material): *representamen* ou significante; aquilo que representa: objecto; e aquilo que significa: interpretante ou significado. “Esta triangulação é também representativa da dinâmica de todo o signo enquanto processo semiótico, cuja significação depende tanto do contexto da sua aparição, como da expectativa do seu receptor” (Joly, 1994, p.36).

28] Roland Barthes (1915-1980) escritor, sociólogo, crítico literário, semiólogo e filósofo francês.

29] Edição no original Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris: Editions du Seuil. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Barthes, R. (2007). *Mitologias*. Trad. José Augusto Seabra. Lisboa: Edições 70.

30] Edição no original Barthes, R. (1980). *La Chambre Claire (Note sur la photographie)*. Paris: Editions du Seuil. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Barthes, R. (2009). *A Câmara Clara*. Trad. Manuela Torres. Lisboa: Edições 70.

Roland Barthes<sup>28</sup> (1957/2007)<sup>29</sup>, por seu turno, considera que a imagem impõe a significação de uma só vez, sem ser necessário analisá-la, sendo assim mais imperativa que a escrita. No entanto, a imagem transforma-se em escrita a partir do momento em que se torna significativa, pois como a escrita exige *lexis*. Portanto, quando o indivíduo se depara com uma fotografia em que os detalhes são significativos, deve, segundo Barthes (1980/2009)<sup>30</sup>, erguer a cabeça ou fechar os olhos, pois a fotografia deve ser silenciosa e a subjectividade absoluta num esforço de silêncio. Os elementos da fotografia irão adquirir sentido por meio de relações estabelecidas entre si, tornando-se visíveis atra-

vés da interpretação que lhe é dada e do sentido que a circunscreve, dependendo, assim, do olhar de cada receptor.

Barthes (2009), na sua obra *A Câmara Clara*, aborda, ainda, dois conceitos-chave que considera estruturais na fotografia: *studium* e *punctum*. O primeiro é o elemento que desperta um interesse na imagem fotográfica, ou seja, mostra a intenção do fotógrafo. Este pensa na ideia ou intenção e, em seguida, apresenta-a fotograficamente ao receptor, que a interpreta para descobrir as ideias e as intenções do fotógrafo. O segundo conceito-chave – *punctum* – é o elemento que prende a atenção, é algo que sobressai na fotografia fazendo quebrar o *studium*, aquilo que incita o receptor.

Muitos fotógrafos utilizam os signos de forma intuitiva nas suas fotografias; outros constroem-nos conscientemente antes, durante ou após o acto de fotografar a imagem que pretendem recorrendo a signos ou símbolos determinados. A relação dos signos entre si e, posteriormente, a linguagem visual que constroem pode desenvolver-se a partir da vivência do fotógrafo no ambiente em que está a fotografar e depois com o receptor.

Roland Barthes em *Rhetoric of the Image* (1977) também faz uma análise sobejamente conhecida do anúncio ao esparguete *Panzani* (figura 40), reunindo signos e símbolos vários que contribuem para a construção de uma mensagem publicitária que sensibiliza o receptor num plano denotativo e conotativo, técnicas essenciais nas aplicações de design.



Figura 40, *Anúncio Panzani*, autor desconhecido, 1964, (<https://tracesofthereal.com/2009/12/21/the-rhetoric-of-the-image-roland-barthes-1977/>)

31] T.L. de: This image straightaway provides a series of discontinuous signs. First (the order is unimportant as these signs are not linear), the idea that what we have in the scene represented is a return from the market. A signified which itself implies two euphoric values: that of the freshness of the products and that of the essentially domestic preparation for which they are destined. Its signifier is the half-open bag which lets the provisions spill out over the table, 'unpacked'. To read this first sign requires only a knowledge which is in some sort implanted as part of the habits of a very widespread culture where 'shopping around for oneself' is opposed to the hasty stocking up (preserves, refrigerators) of a more 'mechanical' civilization. A second sign is more or less equally evident; its signifier is the bringing together of the tomato, the pepper and the tricoloured hues (yellow, green, red) of the poster; its signified is Italy, or rather *Italianicity*.

Esta imagem fornece de imediato uma série de signos descontínuos. Primeiro (a ordem não é importante pois estes signos não são lineares), a ideia de que nós temos em cena representada é um regresso do mercado. Um significado que, por si só, implica dois valores eufóricos: o da frescura dos produtos e da preparação essencialmente doméstica a que eles se destinam. O significante é o saco meio aberto que deixa as provisões espalharem-se sobre a mesa, “desempacotadas”. Para ler este primeiro signo apenas é necessário um conhecimento que se encontra de certa forma implantado como parte dos hábitos de uma cultura largamente divulgada em que “ir às compras para si próprio” se opõe ao armazenamento apressado (conservantes, frigoríficos) de uma civilização mais “mecânica”. Um segundo signo é igualmente mais ou menos evidente; o seu significante consiste em pôr juntamente o tomate, a pimenta e os tons tricolores (amarelo, verde e vermelho) do cartaz; o seu significado é Itália, ou melhor *Italianicidade*<sup>31</sup> (Barthes, 1977, p.34)

Os signos e os símbolos podem, pois, influenciar a dinâmica da imagem em si e a leitura que o público faz da mesma. Podem proporcionar uma estrutura coesa à obra e indicar o ritmo, a

sequência, suscitar questões, fornecer um subtexto e agregar sentido ao objecto e ao lugar da imagem.

### O Texto

Legendas, títulos, ensaios e textos introdutórios ajudam o público a situar a ocasião em que é mostrada uma qualquer imagem, seja uma fotografia, um cartaz publicitário, uma informação urbana. O texto, nestas diversas formas, está directamente relacionado com o contexto da imagem em causa. Por exemplo, um fotógrafo, ao produzir uma série de imagens para acompanhar um texto, vai necessariamente correlacionar ambos. É possível, contudo, que alguns fotógrafos sejam reticentes com respeito à colocação de texto, pois assumem como sua principal função comunicar através da imagem. Outra abordagem possível é pensar até que ponto o texto faz falta, pois se o objectivo é comunicar através da linguagem visual apresentada na imagem, a introdução do elemento textual poderá significar que a referida imagem não está a cumprir a sua função.

Todavia, a aplicação de uma simples frase ao trabalho do fotógrafo ou do designer – legenda – pode revelar-se eficaz ao transmitir de modo mais claro o que acontece na imagem ou qual a intenção da mesma. Recorde-se o exemplo dado por Barthes (1977) no anúncio de *Panzani* em que o nome do produto surge inserido na própria imagem.

O texto aplicado tem de estar em consonância com as imagens, senão pode distorcer o que se pretende transmitir, ou mesmo induzir em erro o público. Uma imagem com uma legenda incorrecta pode transportar o receptor para outra realidade completamente diferente da existente, podendo mesmo causar-lhe algum desconforto, preocupação ou provocar o riso (figuras 41 e 42).



Figura 41, *Sinal de Stop e frase No Stopping any Time*, autor desconhecido, 2012, (<http://www.drheckle.net/2012/01/no-stopping-any-time.html>)



Figura 42, *Horóscopo*, Duarte Amaral Netto, 2004, (Vilar, C. T. & Carvalho, N. F., 2008, p.47)



Outra forma de utilização do texto é mediante a sua inserção na própria imagem, passando a fazer parte integrante dela. Alguns fotógrafos têm nas suas fotografias objectos que contêm texto, direccionando assim a imagem para um tema ou lugar específicos.

O trabalho *I Can Help*, de Paul Reas<sup>32</sup> (figuras 43 e 44) é um exemplo do uso de texto. Na primeira fotografia vê-se uma fila de pessoas do lado de fora de um supermercado e as letras “que” no plano de fundo. Reas procura guiar o receptor para a relação de “que” com a palavra “queue” que significa fila em inglês.

Na segunda imagem, da mesma série, vê-se uma cena de Natal mostrando dois clientes à espera num balcão vazio para serem atendidos enquanto ao fundo se lê *Season's Greetings* [Saudações de Boas Festas]. O facto de os clientes, carregados de compras não estarem a ser atendidos cria uma tensão irónica com o texto da faixa, pois deviam estar a ser bem atendidos e, por isso, exibir um ar alegre e festivo e não de tédio, o que leva a questionar a dicotomia entre discurso promocional e as acções efectivas.

32] Paul Reas (1955-), britânico, fotógrafo documental social e professor universitário. É conhecido pelas suas fotografias sobre o tema do consumismo das décadas de 1980 e 1990.



Figura 43 e 44, *Série I can Help*, Paul Reas, 1988,  
(<http://www.impressions-gallery.com>)

### A Linha

Uma linha pode ser real e aparente ou até mesmo uma estrutura invisível que orienta o nosso olhar entre determinados pontos numa imagem. O uso da linha afecta de forma significativa o resultado da composição de uma fotografia. A fotografia de

33] Joel Santos (1978-) mestre em economia, que, há 10 anos se dedica exclusivamente à fotografia.

Joel Santos<sup>33</sup>, *Grande Muralha da China* (figura 45), por exemplo, é extremamente rica em linhas explícitas e implícitas que influenciam o modo como o observador lê a composição, guiando o seu olhar através da mesma.



Figura 45, *Grande Muralha da China*, Joel Santos, 2013, (Santos, 2015)

As linhas horizontais, normalmente, reflectem conceitos de estabilidade, continuidade e serenidade, como acontece com a linha do horizonte sobre o mar. Dentro de uma fotografia tradicional rectangular, as linhas horizontais correm paralelas às bordas superior e inferior, propiciando uma sensação de harmonia e unidade dentro da imagem.

As linhas verticais podem transmitir noções de força e afirmação, sendo representadas, por exemplo, por elementos de construção humana ou da natureza, como torres e árvores. As que apontam para cima têm uma relação simbólica de ligação entre o céu e a terra – *religio* – entre os deuses e os mortais, em suma, entre a transcendência e a imanência.

As linhas diagonais, por seu turno, acabam com a certeza e a simplicidade das linhas horizontais e verticais, dando uma sensação mais enérgica e activa à imagem. Na tridimensionalidade, as linhas diagonais representam movimento e acção. Uma perna na vertical está imóvel, enquanto na diagonal está em movimento, ou seja, é a perna de alguém a andar ou a correr (Barnbaum, 2012).



Linhas curvas acrescentam geralmente uma dinâmica mais suave à imagem. Em comparação com as linhas rectas e rígidas, as linhas curvas podem indicar algo delicado e subtil. A natureza oferece múltiplos exemplos de linhas curvas ou arcos quer na geofísica dos territórios, quer na traça de árvores e arbustos ou, ainda, nas modelações das águas de mares e rios. O corpo humano é outro exemplo de linhas curvas que mostram a complexidade do todo tanto em repouso como em movimento.

Compete ao fotógrafo saber trabalhar estes elementos para conseguir maximizar o impacto do tema seleccionado. As linhas que se intersectam produzem exactamente esse efeito de destaque no seu ponto de intersecção, ao passo que as linhas convergentes ajudam a representar distância, escala, altura e potência. As composições ganham em força e clareza ao jogar com os pontos de convergência e intersecção das linhas.

### A Forma

A forma na imagem surge como resultado dos limites determinados pelas linhas. A forma ou o contorno têm maior efeito quando aplicados sobre um fundo simples, minimizando assim qualquer distração e permitindo que o receptor se concentre directamente no objecto apresentado. Se for feita uma separação entre o primeiro e segundo planos, ou fundo, as formas são mais facilmente compreendidas.

Os fotógrafos que valorizam a forma do tema com o qual estão a trabalhar, geralmente tentam enfatizá-la. Ao ponderar a forma, há vários elementos a ter em consideração: a iluminação, o posicionamento do fotógrafo, o seu ponto de vista e a distância em relação ao tema. No entanto, a complexidade e o carácter do objecto em si são fundamentais na altura de decidir como despertar o interesse do receptor, por forma a envolvê-lo na sua imagem.

Um aspecto a considerar na composição da imagem é o espaço vazio, pois ele pode ser usado para revelar um tema ou dar a noção de profundidade. No entanto, muitas vezes existe a tendência para preencher esse espaço, quando, na verdade, é necessário é fazer justamente o contrário: eliminar alguns elementos da cena para que a imagem como um todo ganhe em poder e

impacto (Webb, 2015).

O espaço em branco ou negativo é a ausência de volumes ou massas, é o que costuma estar por detrás de um tema e assume um papel passivo na imagem. O espaço positivo, por sua vez, é preenchido e desempenha um papel mais activo dentro da imagem, dando a sensação que o fotógrafo o manipulou conscientemente para enfatizar o tema.

Quando a forma e o fundo da imagem são muito semelhantes tendem a confundir-se tornando mais difícil ao receptor lê-la. Isto normalmente acontece quando o fotógrafo tenta mostrar demasiados elementos ou enquadra mal a cena. Como resultado, a atenção do receptor é desviada e, se não houver um ponto de interesse, o seu envolvimento está perdido. A relação entre o primeiro e segundo planos pode ser reforçada por meio do contraste ou da diferença entre os dois elementos, indiciando assim também a destrição entre os tópicos e os signos presentes no primeiro e no segundo.

34] Ernst Haas (1921-1986) é aclamado como um dos fotógrafos mais famosos e influentes do século XX, sendo considerado um dos pioneiros da fotografia a cores.

Ernst Haas<sup>34</sup>, na fotografia *Red Tulips* (figura 46), para dar força à cor vermelha das tulipas, utilizou propositadamente um fundo preto, algo que era incomum nos fotógrafos da época. A eficiente aplicação da luz faz revelar as gotas de água presentes nas pétalas e o posicionamento das flores denota uma composição fora do comum, porém bastante actuante.



Figura 46, *Red Tulips*, Japão, Ernst Haas, 1980, (<http://www.ernst-haas.com>)

A relação espacial pode ser ambígua em virtude da manipulação técnica a que o fotógrafo pode recorrer para criar espacialidades ilusórias, ou pelo menos, alteradoras da realidade. A distância entre os temas também pode sofrer uma representação confusa, criando uma ambiguidade não conscientemente procurada pelo autor. Em qualquer das circunstâncias os ícones podem estar mais próximos ou distantes uns dos outros do que aparentam. Muitas vezes a distância focal da lente utilizada pelo fotógrafo faz com que as representações das distâncias existentes entre as diferentes áreas de uma imagem sejam indeterminadas. Por exemplo, as teleobjectivas fazem os objectos parecerem estar mais perto do que realmente estão. Dependendo da distância focal, as lentes mostram grandes variações de profundidade.

Fotógrafos capazes de criar imagens a partir de ângulos pouco ortodoxos, estabelecendo relações ambíguas entre os elementos presentes, podem produzir imagens que levam o receptor a contemplá-las de maneira mais atenta para compreender o sentido ali veiculado. Os fotógrafos que têm o domínio do espaço conseguem produzir ilusões de profundidade e distância nas suas obras por meio de um posicionamento cuidadoso e do uso eficaz do seu equipamento.

### A Textura e a Luz

A textura ou texturas dos elementos presentes numa imagem ganham visibilidade mediante o trabalho com a luz que o fotógrafo desenvolve para melhor transmitir as sensações que considera determinantes na sua composição. A textura na fotografia é a “sensação de toque”; sem a luz ela permanece na escuridão. Ao controlar e manipular a luz adequadamente, as texturas de diversas formas serão expostas por forma a torná-las fortes dentro das limitações de uma imagem bidimensional.

A fotografia *Deserto de Sal* (figura 47), do fotógrafo Joel Santos, mostra um conjunto de texturas que, pela sua semelhança tonal e cromática, estabelecem uma relação próxima entre a superfície do deserto de sal e a pele do dromedário. Conjuntamente com os meios-tons da textura do céu, estes elementos reforçam a sensação de aspereza e isolamento típicos do deserto.

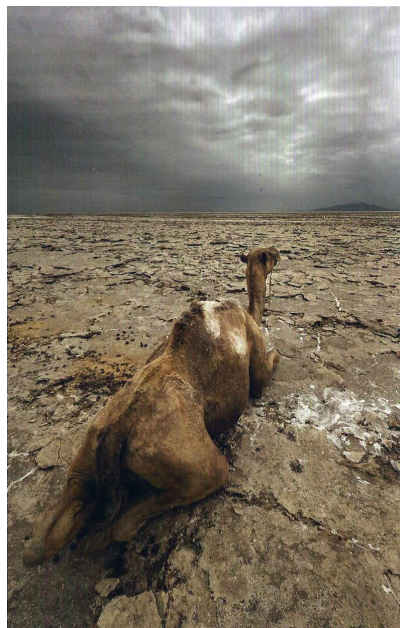


Figura 47, *Deserto de Sal*, Etiópia, Joel Santos, s.d., (Santos, 2015, p.66)

Através da luz é possível combinar as texturas dos objectos fotografados. Quando a sua representação é bem-sucedida consegue-se ver os detalhes da textura através da luz incidente sobre o objecto e imaginar a sensação do toque.

Diferentes texturas presentes numa mesma imagem podem obrigar o fotógrafo a optar por diferentes soluções, pois cada tipo de superfície exige um determinado tipo de iluminação.

As superfícies ásperas, como a madeira ou os materiais de fibra rugosa, são mais bem representadas por uma iluminação forte e directa, em vez de com uma iluminação plana e suave. Uma luz dura lateral realça com mais facilidade os detalhes e os contornos de um rosto enrugado ou de uma paisagem de dunas cheia de saliências. Se forem iluminadas por uma luz baixa e varrida, essas variações na textura da superfície vão deter a luz ou deixá-la escapar, produzindo fortes contrastes de destaques e de sombras, o que conferirá à imagem padrões marcantes.

Quando se tira uma fotografia a luz é elemento cerne para o bom conseguimento da imagem: “a luz é a principal matéria-prima da fotografia, pelo que a qualidade apresentada ao nível da sua cor, intensidade e direcção tem um inegável impacto na eficácia da composição” (Santos, 2015, p.96). A compreensão e

o controlo que o fotógrafo tem da luz afiguram-se tão valiosos como o próprio tema. Saber utilizá-la é uma mais-valia para o que se pretende representar, permitindo que os temas surjam com um contraste controlado. As sensações e as emoções suscitadas e transmitidas por uma imagem dependem fortemente da qualidade da luz aplicada, nomeadamente pela fonte, pela direcção e pela quantidade de luz.

Fontes grandes e amplas de luz permitem a iluminação suave de uma cena, ao passo que uma iluminação directa e pontual tende a reproduzir uma luz mais dura que dá origem a sombras fortes propiciadoras de maior contraste.

Uma iluminação forte ou intensa pode permitir ao fotógrafo criar sombras que sejam úteis na composição da imagem ou dar-lhe a sensação de profundidade. As sombras, exemplos de omissão ou esbatimento da luz, permitem, também, ver a qualidade e a direcção focal do tema.

Mais, a direcção da luz produz efeitos sobre a leitura emocional de uma imagem. Por exemplo, os heróis são fotografados com luz vinda de cima, para se assemelharem aos deuses estando, portanto, acima do homem comum.

A gama de diferentes intensidades de iluminação existentes oferecem várias possibilidades de jogar com a luz e a sombra, para obter o resultado mais adequado ao tema. A luz forte costuma exigir uma velocidade mais rápida do obturador, para que a acção fotografada possa ser temporariamente “congelada” e analisada. Este tipo de iluminação pode requerer também o uso de uma pequena abertura de lente, capaz de proporcionar uma boa profundidade de campo, para que o fotógrafo alcance um bom foco e uma boa nitidez na imagem. Contudo, a iluminação intensa também pode acarretar efeitos negativos na imagem, eventualmente destruindo detalhes de alguns aspectos da cena devido às sombras subsequentes (Langford, 2000).

A sombra é pois, um elemento tão importante quanto a luz; um não existe sem o outro para assegurar uma ligação emocional entre o receptor e a imagem. Com luz controlada, os estilos de iluminação escolhidos podem minimizar ou enfatizar as sombras de forma dramática. As sombras duras e sólidas provêm

de uma fonte de luz forte e dirigida, como o sol ou o flash; as sombras suaves têm origem na luz difusa, como é o caso da luz reflectida num tecto ou de um céu nublado; as sombras longas são criadas por uma iluminação de baixo ângulo, podendo a sua extensão variar consoante o propósito da representação. Uma forma de controlar as sombras é reflectir a luz de volta para as áreas escuras da imagem, amenizando, assim, o contraste entre as áreas mais claras e as mais escuras, produzindo um efeito de plano médio, eventualmente interessante para a narrativa daquela fotografia.

### A Cor

A cor numa imagem, assim como a sua ausência (preto e branco), é um elemento enriquecedor e definidor do estilo do fotógrafo. O trabalho com as cores é um imenso terreno de experiências cujo potencial é complexo devido ao poder que as cores têm de afectar a nossa percepção do mundo, bem como as reacções e emoções que provocam no indivíduo. Cabe ao fotógrafo saber utilizar essas associações, através da manipulação dos tons, para induzir sensações várias, potencialmente mescladas de forma inovadora, para obter efeitos e percepções poderosos junto dos receptores das suas imagens.

Os tons azuis provocam a sensação de frio, enquanto os vermelhos e os laranjas invocam o calor e estas variantes sensitivas podem ser utilizadas para criar diversos contrastes. As chamadas cores “quentes” dão origem à ilusão do movimento para a frente e para fora da fotografia, como se se adiantassem às outras cores, enquanto as cores mais “frias”, como o azul e o verde, muitas vezes criam a ilusão de estarem mais atrás, num segundo plano (Barnbaum, 2012).

A título de exemplo, atente-se no uso de cores opostas na fotografia *Nanpu Bridge* (figura 48) de Peter Bialobrzeski<sup>35</sup> e na reacção emocional que provoca. O azul frio do céu recusa destacar-se, ao contrário dos vermelhos quentes e convidativos das estradas que dão a sensação de movimento e proximidade.

35] Peter Bialobrzeski (1961-), fotógrafo alemão e professor de fotografia na Universidade de Artes de Bremen, na Alemanha. As suas fotografias foram publicadas em várias revistas e tem trabalhado para marcas como a Daimler-Chrysler, Philip Morris, Siemens e Volkswagen.



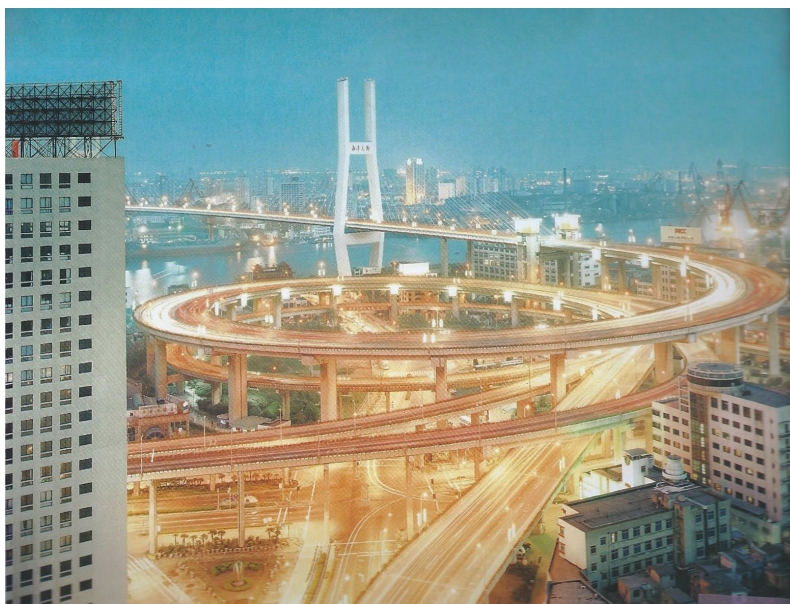


Figura 48, *Nanpu Bridge*, Shanghai, Peter Bialobrzeski, 2001,  
(Koch, 2009, p.314)

As cores complementares, por seu turno, podem produzir um efeito forte na retina, por exemplo, vermelho e verde ou azul e laranja. Contudo, esse efeito pode ser enfraquecido ou mesmo desvanecer-se quando se introduzem outras cores ou formas na mesma composição. Às vezes, uma imagem ganha mais vida quando uma única cor predomina na cena, sobretudo se se tratar de uma cor primária, ao contrário do que sucederá com um tom pastel predominante.

A cor do fundo também pode alterar as restantes cores da imagem: se o fundo for escuro, pode fazer ressaltar a cor, e se for branco, pode não acontecer o mesmo. A própria cor pode parecer de uma tonalidade diferente consoante os elementos com os quais é combinada, um cinzento pode diminuir a intensidade de um vermelho.

Também existem fotografias com pouca cor ou nenhuma. Porém, quando apresentadas numa sequência de outras imagens a cores, as monocromáticas irão sobressair.

As cores numa imagem transmitem sensações e sentimentos, fazendo com que o nível de envolvimento do receptor seja maior ou menor, podendo, até, interferir com o sentido de humor. Frequentemente, as cores primárias directas são usadas para

anunciar a intenção de uma imagem, chocar ou surpreender, ao invés das cores mais suaves que são geralmente tranquilizadoras e contemplativas (Webb, 2015).

### O Contraste

Contraste é a diferença de tonalidades numa imagem. Num sentido mais amplo, pode ser utilizado para descrever diferenças entre as cores e os temas dentro de uma imagem que apresenta diversas propriedades ou características.

Numa fotografia a preto e branco, o contraste é criado pela reflexão da luz e refere-se aos diferentes graus existentes entre tons mais claros e mais escuros. Contudo, na fotografia a cores existem diversas formas de explorar o contraste (Webb, 2015):

- Saturação da cor ou intensidade da cor é uma ferramenta valiosa quando se pretende alcançar resultados ousados. Por exemplo, um vermelho saturado (brilhante) faz o observador olhar para a imagem de forma a esquecer as restantes cores mais suaves. No entanto, é necessário algum cuidado na manipulação da saturação para se conseguir um equilíbrio correcto;

- Cores complementares são as que se encontram em lados opostos do círculo cromático. Estas combinações criam um contraste que se percebe de forma mais imediata, mesmo quando têm idêntica intensidade de cor, por exemplo, azul a contrastar com o laranja;

- Temperaturas de cor opostas podem criar contraste entre tons frios e quentes. Os tons quentes, considerados mais activos, podem suscitar respostas emocionais de natureza positiva, enquanto os tons frios, mais passivos, podem fazer o indivíduo não se sentir tão à vontade;

- Contrastes subtis de cor podem ser conseguidos através da combinação de cores que, no círculo cromático, estão mais próximas umas das outras. Quando seleccionadas combinações de cores com tons ou brilho aparentemente equilibrados, no que se refere à sua intensidade ou saturação, as imagens projectam calma.

O contraste tonal na fotografia refere-se à diferença entre a luz e a sombra, ou seja, entre o claro e o escuro. Numa imagem



de alto contraste, os tons pretos são fortes e escuros, enquanto os brancos são incisivos e claros, perdendo-se algumas informações devido à grande diferença de tonalidade, ou seja, devido ao seu alto contraste. Em contrapartida, uma imagem de baixo contraste dá mais ênfase aos diferentes tons de cinza, sacrificando, os tons mais escuros e os mais claros.

Geralmente o fotógrafo procura alcançar o equilíbrio entre estas duas possibilidades, tentando obter o imediatismo conciso e o impacto de uma imagem de alto contraste, mas sem alienar os detalhes: “onde há contraste, existe informação, sendo que a nossa mente procura-a activamente quando olhamos para uma imagem” (Santos, 2015, p.77).

Na fotografia *Priest and nun* (figura 49), de Oliviero Toscani<sup>36</sup>, um padre vestido de preto contrasta com uma freira vestida de branco que se desvanece no fundo, também ele, branco.



36] Oliviero Toscani (1942-) fotógrafo italiano conhecido pelas suas controversas campanhas de publicidade para a marca Benetton durante o período de 1982-2000.

Figura 49, *Priest and nun*, Oliviero Toscani, 1991, (Koch, 2009, p.431)

Através do alto contraste de cores, Toscani apresentou de forma inquietante o tema da religião, ao contrapor um beijo profano e sensual aos votos sagrados pronunciados pelos homens e pelas mulheres que entram para a vida eclesiástica. Desafiando o princípio do celibato religioso, a imagem encoraja os espectadores a recusarem as restrições tradicionais e, assim, ataca directamente valores básicos do Catolicismo.

### O Padrão

Os padrões nascem da repetição das figuras e das formas, isto é, alicerçam-se no princípio da similaridade (Santos, 2015). Podem encontrar-se padrões em tudo o que nos rodeia, como na natureza, nos tecidos e nos motivos das paredes cobertas de azulejo ou papel e no chão ladrilhado. Aliás, muitas expressões artísticas utilizam o padrão, como acontece na música ou na dança, através da repetição de uma forma, de uma palavra ou de uma frase ou de um acorde, o chamado refrão ou *leitmotif*.

Um elemento único ganha força e relevo quando ampliado por meio de repetição. *White pelicans in the Mississippi Delta* (figura 50), de Annie Griffiths Belt<sup>37</sup>, apresenta um padrão através da repetição de pelicanos, evidenciando assim, uma mancha branca na fotografia que guia o observador ao longo da sua leitura.

37] Annie Griffiths Belt (1953-) fotógrafa americana conhecida pelo seu trabalho para a National Geographic.



Figura 50, *White pelicans in the Mississippi Delta*, Louisiana, U.S.A., Annie Griffiths Belt, s.d., (Koch, 2009, p.496)

Psicologicamente o padrão é um recurso eficaz em múltiplas facetas vivenciais na medida em que dá autenticidade a informações e induz comportamentos que se assimilam e se automatizam passando a ser considerados quase inatos. A longo prazo, porém, a contínua aplicação de padrões pode tornar-se um obstáculo à criatividade, revelando-se um modelo demasiado fácil, falho de originalidade, que dificulta o surgimento de novas ideias e composições a serem retratadas.

A ideia de se repetir um elemento numa imagem é, todavia, utilizada pelos fotógrafos para obter efeitos específicos. A repetição de soldados em fila, por exemplo, uma estratégia de ampliação de um único elemento marcante, consegue transmitir uma imagem de força actuante na sociedade.

Existe também o recurso à interrupção do padrão, técnica que rompe com a continuidade e a harmonia da unidade até aí padronizada. Em termos visuais cria-se um ponto de interesse na cena, que, de outra forma, corria o risco de se tornar monótona, forçando o observador a um confronto com o padrão harmonioso e, subsequentemente, ao exame do elemento perturbador da ordem estabelecida e à questionação do contexto ou do ambiente criado à volta do novo componente.

A repetição de um elemento de modo a estabelecer um padrão ou um aspecto familiar em toda a imagem ou a disposição harmónica dos objectos através de espaçamentos iguais entre si constituem técnicas de outorgar ritmo à imagem.

A construção de padrões e a eventual inserção de interrupções entre os elementos padronizados na imagem contribuem para a sua estrutura rítmica (Barnbaum, 2012). Efectivamente, poderia falar-se de um compasso imagético, um pulsar entre as formas presentes na imagem resultante da dialéctica entre harmonia e elemento surpresa, entre repetição e intervalo, desenhando modulações que fazem ondular os picos de interesse perceptivo por parte do observador. A percepção visual resultante torna-se assim num instrumento eficaz de consciencialização do receptor quanto ao objecto da imagem.



## 2.3 DESIGN APLICADO À FOTOGRAFIA

O design e a arte são, em regra, considerados campos de especialização distintos. Na era dos saberes especializados e compartimentados, as belas artes, o design e a fotografia seguiram essa tendência estabelecendo limites e fronteiras conceptuais nas suas áreas e formando os respectivos profissionais. Não obstante esta tendência fragmentadora dos saberes, os princípios básicos da arte e do design têm permanecido os mesmos (Mathew, 2010).

O design aplicado à fotografia baseia-se nesta partilha de conceitos e práticas, podendo, nesse sentido, ser considerado como um arranjo hábil de informações pictóricas dentro de um rectângulo, isto é uma composição. Design e composição são dois aspectos que se interligam, na medida em que o design constitui o processo e a composição é o seu resultado (Webb, 2015). O fotógrafo Joel Santos afirma:

O conceito de composição apresenta noções complementares com o de design, visto que ambos descrevem um processo de disposição de elementos para atingir um dado fim, mas com a diferença de que o último pressupõe um pendor mais metódico e técnico, um aspecto que pode ser colocado ao serviço do primeiro (Santos, 2015, p.54).

A composição é o resultado de um processo de design dinâmico que consiste na manipulação dos elementos constituintes de uma imagem de modo a torná-la única, esteticamente cativante e/ou actuante do ponto de vista utilitário. A fotografia, enquanto captação e elaboração de uma imagem, é uma actividade que também se socorre de várias técnicas até construir um arranjo imagético coerente e interessante. Este processo engloba o acto de cortar, alterações de contraste, ajustes de saturação e outras técnicas de pós-captura que vierem a demonstrar-se pertinentes na criação de uma melhor imagem. Ao longo deste processo criativo, os fotógrafos podem incluir ou excluir informações, enfatizar ou diminuir áreas de conteúdo e ajustar a sua localização a fim de captarem o que pretendem. No entanto, é importante que este constructo não destrua a imagem da fotografia, nem enfraqueça

o seu poder, mantendo uma combinação equilibrada do design com a composição. Em conclusão, compreender a função do design numa fotografia permite criar imagens de molde a serem interpretadas e compreendidas pelo receptor.

### Princípios do Design aplicados na fotografia

Os princípios do design estão presentes em todas as fases de criação de uma imagem, desde a escolha de um determinado ângulo a partir do qual o fotógrafo fará a sua imagem, até ao posicionamento do tema numa página ou exposição (Webb, 2015).

Os princípios do design têm sido alvo de abordagens variadas. Contudo, nos trabalhos de campo realizados e nesta investigação, considerámos, tal como Deepak Mathew (2010), directrizes comumente aceites como as que mais contribuem para a composição pictórica: ritmo, harmonia, contraste, equilíbrio e simetria. Não obstante, muitas vezes os melhores fotógrafos e designers negligenciam alguns destes princípios, preferindo obter resultados de fama rápida à custa da sua violação, embora tenham consciência da perda do valor intrínseco e duradouro do seu trabalho.

De forma geral, pode afirmar-se que o design nas suas várias facetas se orienta por dois conjuntos de directrizes: princípios e elementos. Os princípios do design representam os pressupostos que orientam a prática de design e afectam a disposição dos objectos dentro de uma composição, ajudam a planear e organizar os elementos a fim de dirigir e manter o interesse do receptor, ou seja, criam impacto visual.

Mathew (2010), salienta que por detrás de qualquer obra há um processo de reflexão, em que cada elemento é ponderado na sua singularidade. Um designer que trabalhe de forma consciente com a ajuda destes princípios irá alcançar os resultados esperados mais facilmente.

O mesmo autor (Mathew, 2010) enumera os elementos do design utilizados para criar uma composição visual, definindo-os de forma sucinta mas esclarecedora:

- Linha: tecnicamente não tem espessura, apenas comprimento, mas, na prática pode ter qualquer espessura, até mesmo

uma espessura variável. As linhas podem também ser usadas para a criação de textura;

- Cor: normalmente refere-se a linhas com cromo, intensidade e valor. O preto e o branco também são considerados cores, conhecidos como cores acromáticas;

- Textura: indica a qualidade da superfície, que pode ser táctil ou visual. Também pode ser implícita; nos objectos é o grau de suavidade ou aspereza;

- Traça: é uma linha bidimensional sem espessura. As traças são planas e podem ser cheias ou vazias. São agrupadas em duas categorias: geométricas e orgânicas;

- Forma: é um objecto tridimensional com volume e espessura. A forma também pode ser alcançada com luz e sombra;

- Valor: pode ser visto como um grau de luz ou escuridão no design. Pode ser utilizado com cor e preto e branco;

- Tamanho: é a variação em proporção dos objectos, linhas e figuras. Esta variação pode ser real ou imaginada.

Os elementos mencionados serão utilizados com ritmo e movimento determinados segundo os objectivos pretendidos; por exemplo, o contraste será utilizado para criar um ponto de interesse no elemento que se queira enfatizar e o equilíbrio e a harmonia irão alcançar a apelação estética.

O resultado de todos estes elementos inerentes à composição constituem os princípios do design. Contudo, numa fotografia, como em qualquer outra composição, é possível que estejam presentes alguns princípios, mas apenas um domine a imagem. De entre esses Mathew (2010), destaca:

- Ritmo: um movimento no qual os elementos ocorrem num intervalo regular. Batidas musicais ou um movimento repetitivo numa dança são exemplos de ritmo. É a repetição ou alternância de elementos, normalmente, com intervalos definidos entre eles. O ritmo pode criar um movimento, um padrão ou uma textura. Consiste em sucessivos padrões com os mesmos elementos a reaparecerem com regularidade. Como princípio do design, o ritmo é baseado na repetição. Ritmo pode ser ainda categorizado como ritmo de atenção, ritmo progressivo e sensação de ritmo.

No ritmo de atenção, os motivos alternados constante-



mente uns com os outros produzem uma sequência regular e previsível. No ritmo progressivo existe uma repetição da figura que muda regularmente produzindo uma sequência visual de padrões. Este tipo de ritmo é frequentemente alcançado com uma progressiva variação no tamanho da forma. A sensação de ritmo é amiúde criada por associação a outras formas de arte, como a música, suscitando algo semelhante a uma sinestesia. Neste caso, a representação visual evoca a sensação de um ritmo normalmente experimentado através de outras sensações. Na fotografia, *Poço Iniciático* (figura 51), de Joel Santos, a escadaria dá a sensação de movimento em direcção ao centro.

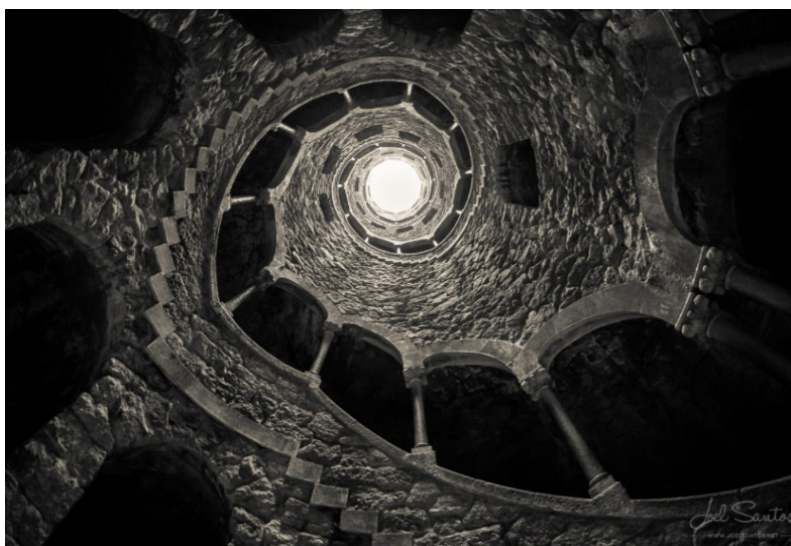


Figura 51, *Poço Iniciático*, Quinta da Regaleira, Sintra, Portugal, Joel Santos, s.d., (<http://joelsantos.net>)

- Harmonia: este princípio traz unidade aos elementos na composição. Dá visualmente um efeito muito agradável por combinar elementos similares. Numa pintura ou fotografia é o efeito visual aprazível de combinar elementos semelhantes. O princípio de harmonia pode ser descrito como a relação entre elementos numa composição, numa forma em que nenhum domina a imagem, ou seja, reúne uma composição de unidades similares.

Harmonia numa relação entre elementos visuais promove o bom funcionamento em conjunto, dando assim um sentido de unidade à imagem. Harmonia no design gráfico significa que todas as partes da imagem visual estão relacionadas e se complementam,



podendo também ser conseguida através da repetição e do ritmo.

Quando um elemento domina a composição a harmonia é evidente. Na fotografia de Micha Bar Am<sup>38</sup>, *Mount Tabor* (figura 52), a organização das colmeias é aleatória, mas, apesar de o espaço entre elas ser variado, existe unidade. O contraste da imagem faz sobressair as colmeias em relação ao fundo.

38] Micha Bar Am (1930-) fotógrafo jornalístico israelita. Durante os últimos sessenta anos dedicou-se a fotografar a vida quotidiana de Israel.



Figura 52, *Mount Tabor*, beehives, Micha Bar Am, 1981,  
(pro.magnumphotos.com)

- Contraste: é alcançado quando um elemento é colocado em confronto com muitos outros na composição. O contraste numa imagem acontece quando há uma diferença entre dois elementos. Quanto maior o contraste, mais atenção do receptor irá despertar. O contraste pode ser alcançado através da alteração de figuras, formas e elementos. Também pode ser utilizado para separar o primeiro do segundo plano.

O contraste acrescenta interesse visual a uma obra de arte. A maioria das imagens requer uma certa quantidade de contraste; se este é menor do que o requerido, o trabalho pode tornar-se monótono. Demasiado contraste numa imagem, por seu turno, afecta a participação do receptor numa composição. Quando utilizado de forma correcta, o contraste cria impacto visual ou adiciona interesse à composição.

Uma maneira fácil de criar contraste é produzir uma di-

39] Edgar Martins (1977-) é um fotógrafo e autor português que cresceu em Macau. Em 1996 mudou-se para o Reino Unido onde vive e trabalha. O seu trabalho é representado internacionalmente em várias coleções, como as da *Victoria and Albert Museum* (Londres), do *National Media Museum* (Bradford, Reino Unido), do *Royal Institute of British Architects* (Londres), do *Dallas Museum of Art* (EUA); Fundação Calouste Gulbenkian (Lisboa), Fundação EDP (Lisboa), Fundação Carmignac (Paris), entre outras.

ferença óbvia que pode ser feita através da linha, do tamanho, da cor, da textura, da forma, do alinhamento, da direcção e do movimento. Podem existir diversos tipos de contraste numa única imagem, se bem que exista normalmente uma tipologia dominante.

Na fotografia de Edgar Martins<sup>39</sup> (figura 53), do *Projecto Siloquies and Soliloquies on Death, Life and Other Interludes*, o contraste foi alcançado através da diferença de cor entre o fundo preto e o azul do objecto fotografado e também pela diferença de textura.



Figura 53, *Projecto Siloquies and Soliloquies on Death, Life and Other Interludes*, Edgar Martins, 2016, ([www.edgarmartins.com](http://www.edgarmartins.com))

- Equilíbrio: o equilíbrio visual é muito similar ao nosso equilíbrio físico, ou seja, quando duas forças interagem visualmente em direcções opostas, criam estabilidade visual. O equilíbrio pode ser obtido através da simetria ou da assimetria. Ocorre, por exemplo, se a imagem principal está no centro da fotografia: mesmo que o receptor desvie o olhar para a periferia, a atenção cedo volta a centrar-se e a estabilizar-se lá. O efeito é um equilíbrio visual absolutamente estático, que é o esforço integrado dos espaços negativos e positivos, só possível de ser alcançado em conjunto. Quando o elemento central é desviado para o lado, o equilíbrio visual também é alterado. Para se restaurar o equilíbrio visual é necessário inserir outro elemento com o mesmo aspecto

que o primeiro para se criar um novo contraponto visual através da tensão criada entre estes dois elementos.

Quando se olha para uma imagem, mesmo que seja imperceptível, o eixo vertical é mais dominante que o horizontal. Logo, o desequilíbrio no eixo vertical também é sentido mais facilmente do que o do eixo horizontal. O equilíbrio do eixo vertical normalmente é rejeitado, sendo considerado visualmente insatisfatório, mas também é importante, devido à sensação de gravidade, que confere à imagem, pois estamos habituados a ver mais peso no seu fundo. Já o desequilíbrio do eixo horizontal é entendido como um contraste qualitativo. Quando se observa o equilíbrio numa imagem, assume-se um eixo vertical central com uma distribuição de peso visual igual em ambos os lados. O eixo funciona como ponto de apoio na escala, uma armadilha visual da qual o receptor obtém a sensação de equilíbrio.

Na fotografia *Stilleben mit schwebendem Ei* (figura 54), de Walter Peterhans<sup>40</sup>, cada elemento da natureza-morta está posicionado num sítio específico tornando-a cuidadosamente equilibrada. A construção de design por detrás desta imagem revela o equilíbrio entre a simplicidade e a complexidade e entre o mostrar muito ou pouco de acordo com a perspectiva minimalista da Bauhaus.

40] Walter Peterhans (1897-1960) fotógrafo alemão conhecido como professor do curso de fotografia na Bauhaus entre 1929 e 1933.

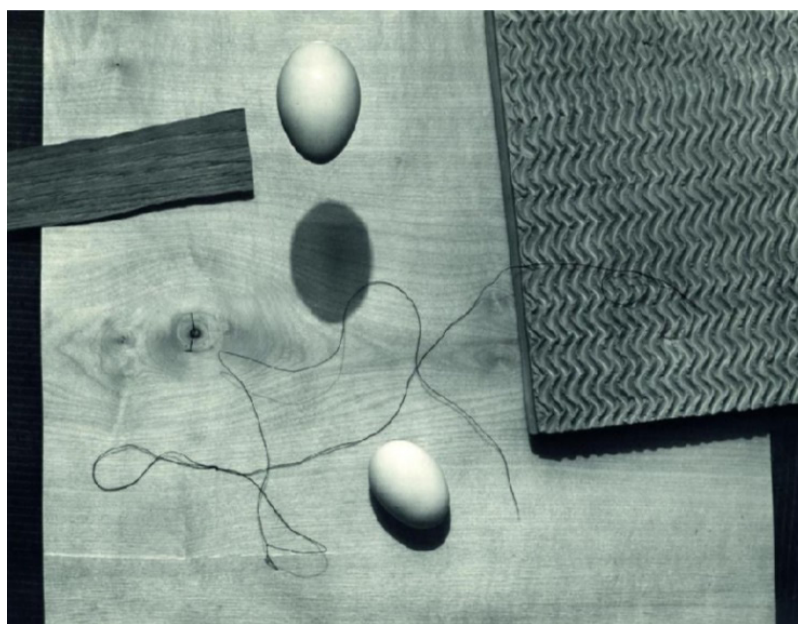


Figura 54, *Stilleben mit schwebendem Ei*, Walter Peterhans, ca 1930, (www.van-ham.com)

- Simetria: é alcançada quando o equilíbrio acontece no eixo vertical. A simetria cria estabilidade e uma sensação de segurança podendo ser alcançada de duas formas:

1) simetria pura ou reflexiva - consiste em partes idênticas igualmente distribuídas de cada lado do eixo central numa repetição da imagem, como se fosse um espelho, podendo ser horizontal ou vertical; é também conhecida como equilíbrio formal;

2) simetria aproximada - os dois lados da imagem são variados, mas têm um aspecto muito similar. Apesar de serem diferentes são semelhantes o suficiente para criarem uma relação repetitiva e simétrica; é uma simetria muito apelativa e interessante para o receptor.

Saliente-se que com a simetria é possível criar-se um equilíbrio perfeito; porém, corre-se o risco de tornar a imagem monótona se for utilizada em excesso.

*Square of the Vert Galant and Pont-Neuf* (figura 55), de Henri Cartier-Bresson<sup>41</sup>, é exemplo de uma fotografia simétrica, pois é constituída por duas partes análogas divididas por um eixo vertical, que, por sua vez, originam equilíbrio na sua composição.

41] Henri Cartier-Bresson (1908-2004) o fotógrafo francês considerado o autor do fotojornalismo.

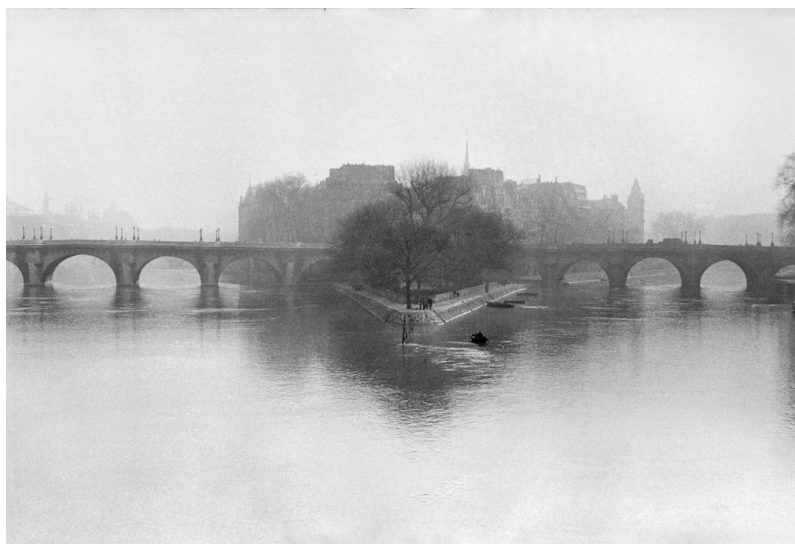


Figura 55, *Square of the Vert Galant and Pont-Neuf*, Paris, Henri Cartier-Bresson, 1951, (pro.magnumphotos.com)

### Características da Fotografia e a sua afinidade com o Design

Não existe uma fórmula única que garanta a criação de boas fotografias. No entanto, as boas imagens são assim conside-

radas devido à sua intenção e à sua composição.

O visor de uma máquina fotográfica estabelece o limite exacto entre o que será e o que não será capturado, o que não acontece na pintura, pois aí a imagem tem início numa superfície em branco. Logo, a fotografia pode ser considerada redutora face à realidade que pretende registar. O fotógrafo tem, portanto, de adaptar o seu propósito às condições técnicas que a máquina lhe proporciona. Assim, começa por visualizar o todo e depois tem de escolher, consciente ou inconscientemente, que parte do que vê quer representar na sua fotografia e, ao excluir elementos específicos da imagem, dará origem a algo novo.

O visor é a principal ferramenta de composição da imagem, pois é a partir dele que o fotógrafo a vê e a enquadra. Por vezes o fotógrafo encontra-se de tal forma centrado no tema que esquece o enquadramento e esta omissão causa um eventual prejuízo na criatividade e na originalidade da imagem. Depois das escolhas feitas, é no visor que se observa pela primeira vez o processo de design.

A forma como o visor emoldura o tema decorre de uma série de decisões previamente tomadas pelo fotógrafo, sendo as mais críticas as que dizem respeito à altura, ao ângulo e à distância do tema a ser fotografado. Se o fotógrafo utilizar o visor de forma consciente e eficaz, mais facilmente vai conseguir criar imagens fortes e convincentes. O facto de poder visualizar a sua imagem no visor e ver onde esta termina constitui um factor importante no desenvolvimento do tema, na medida em que o fotógrafo tem a opção de decidir, intencionalmente, o desmembramento ou a rejeição de peças de um tema ou objecto.

Apesar dos limites de uma imagem, isso não significa que o fotógrafo se remeta a uma linguagem passiva perante essas restrições comparativamente com o que lhe é dado contemplar a olho nu. As restrições devem, pelo contrário, ser entendidas como um desafio à criatividade do autor e uma oportunidade de apresentar algo de diferente. Estas questões configuram, pois, aspectos positivos ou negativos consoante o que se pretenda representar.

Alguns fotógrafos, conscientes da importância instrumental das bordas, utilizam-nas de tal forma, incluindo ou excluindo



do elementos, que levam o receptor a tomar contacto com um determinado assunto de uma outra perspectiva, só pelo facto de realçarem e reconfigurarem os vários elementos de design em arranjos inovadores.

A fotografia pode moldar a história pelo facto de propiciar o registo de acontecimentos e circunstâncias autênticas. Contudo, é também um meio de manipular e transmitir uma ideia errada sobre esses mesmos acontecimentos e/ou circunstâncias, pois qualquer situação pode ser considerada de vários pontos de vista, cabendo ao fotógrafo seleccionar a interpretação da cena a ser capturada.

Alguns eventos mundiais foram registados através da fotografia e, ao passarem para as folhas dos jornais, divulgaram aquelas realidades tocadas pelo olhar subjectivo do fotógrafo. O facto de o fotógrafo se encontrar investido deste poder de guiar o olhar do receptor para os assuntos em foco implica a capacidade de lidar eticamente com situações controversas, sabendo caldear os valores pelos quais se pauta com o sentido artístico que lhe permite apresentar o seu tema da maneira mais criativa.

Para além da questão moral, o fotógrafo determina os elementos a incluir ou a excluir de modo a emprestar mais ou menos força à imagem consoante o propósito que pretende alcançar. O ideal é encontrar a essência e os detalhes necessários para comunicar a sua visão com o maior impacto possível. A inclusão de pormenores desnecessários poderá desviar a atenção do observador do que realmente importa, ou fazer com que se sinta incomodado com o grande número de indagações suscitadas por uma imagem confusa e desordenada.

A gestão do espaço numa fotografia ou no design pode ser determinante para a sua decodificação e para o efeito que irá produzir no potencial receptor, pois através dela pode destacar-se um assunto, ou criar-se uma separação mais ou menos forte entre o tema e o ambiente, ou o fundo em que está inserido. Logo, ao fotografar é preciso tomar consciência do espaço que se pretende atribuir aos elementos que compõem a imagem. A profundidade numa fotografia vai permitir ultrapassar as limitações convencionais das imagens bidimensionais e oferece uma versão indirecta

da realidade que experienciamos.

O poder de comunicação de uma imagem pode mudar drasticamente com um pequeno ajuste de posicionamento, distância ou ângulo. Diferentes posicionamentos podem induzir leituras diferentes e, assim, interferir com os sentimentos do receptor. Por exemplo, uma pessoa fotografada de cima parece menor e inferior que a mesma se fotografada abaixo do nível dos olhos, alterações de aspecto que alteram o poder e a importância relativa daquela figura. O fotógrafo deve tentar incorporar, na medida do possível, o ponto de vista dos potenciais receptores para que consiga transmitir todas as informações entendidas como pertinentes.

A distância entre o fotógrafo e o objecto é geralmente determinada por dois factores: a distância física entre o fotógrafo e o tema e a lente da câmara. As teleobjectivas podem aproximar o fotógrafo de um assunto sem que seja preciso este dirigir-se fisicamente até ao objecto. Contudo, também podem distorcer as relações espaciais entre os objectos, pois fazem com que as figuras numa paisagem pareçam mais próximas do que realmente se encontram.

É possível aumentar o envolvimento do receptor com uma imagem mais próxima e com um enquadramento enfatizado e forte pelo seu isolamento sobre um fundo simples. A distância que se adoptar em relação ao tema deve possibilitar que dentro da imagem pretendida esteja informação suficiente para comunicar com rigor a intenção do fotógrafo. Algumas imagens podem conter informações supérfluas por detrás do objectivo principal e assim fazerem com que a imagem principal perca a sua força, pelo que estes elementos excedentários devem ser excluídos.

O ângulo de visão colocado na imagem também pode transmitir significados diferentes. Por exemplo, alguns retratos podem parecer muito estáticos como acontece na típica fotografia de passe. Outro ângulo de visão pode contribuir para uma nova abordagem ao tema devendo ser decidida consoante o efeito pretendido. Após uma análise ao tema a fotografar e aos possíveis pontos de vista, o fotógrafo estará apto a escolher a melhor posição para tirar a fotografia. O simples facto de fazer esta análise antes de começar a disparar com a máquina fotográfica pressupõe

uma inquietação e uma procura por parte do autor de uma forma diferente de representar o seu tema.

Seja na literatura, na pintura, na fotografia ou em qualquer outro domínio artístico, é comum considerar-se que as regras só devem ser quebradas depois de bem apreendidas. A fotografia é uma disciplina com muitas regras, a maioria das quais são assimiladas ainda na juventude. As regras de composição são geralmente recebidas e absorvidas sem haver um questionamento, mas essa aceitação tácita pode inibir a criatividade, em vez de permitir ousar e adoptar com confiança novas perspectivas.

Uma das técnicas mais importantes para superar as expectativas costumeiras é a habilidade de composição. É necessário saber colocar os objectos na fotografia, de forma a criar junto do destinatário uma via pela qual deseja que ele receba a imagem. Assim, o observador terá um percurso visual a seguir, não perdendo o interesse nem se desviando do propósito da imagem. Antes do fotógrafo colocar o visor da câmara frente aos seus olhos existem outros factores a ponderar para conseguir ter a composição almejada.

Quando um tema se destaca em relação ao seu fundo, existe uma boa separação entre o primeiro e o segundo plano, conceito que no design e na fotografia é essencial para que se possa analisar o papel da separação espacial entre o tema e o seu ambiente. Normalmente o tema principal encontra-se em primeiro plano, enquanto o ambiente usado em segundo plano é o cenário. Porém, existem outras opções criativas que podem fazer com que os planos se invertam, ficando o primeiro plano desfocado e passando a ser o ambiente e em segundo plano está focado o tema, levando, assim, a que a ênfase da imagem recaia sobre o seu fundo.

As máquinas fotográficas mais modernas oferecem inúmeros dispositivos para melhorar o desempenho do fotógrafo e permitir que a fotografia seja captada com o máximo de clareza possível. Além do dispositivo anti-vibração, existem modos de exposição pré-estabelecidos pelos fabricantes, com variações para paisagem, retrato, macro, ou até mesmo para fotografias de dias soalheiros ou nublados. Das diversas funções, as mais uti-



lizadas são a focagem e a exposição automática. Contudo, estas ferramentas também podem ser prejudiciais para a criatividade fotográfica; o ideal é o fotógrafo ter a capacidade de ele próprio conseguir captar a sua imagem sem a ajuda dessas ferramentas. Eventualmente, a automação reduz a capacidade de controlar algumas das técnicas mais básicas da fotografia que, posteriormente, irão contribuir para libertar a criatividade e a individualidade do artista.

Subjacente a qualquer boa composição existe uma estrutura sólida de design que actua como um plano invisível sobre todo um conteúdo visível. Diversos artistas utilizam continuamente muitas ferramentas e técnicas de design que permitem alterar a natureza estática de uma única imagem, ou, pelo menos, superá-la parcialmente, transmitindo a sensação de movimento ou fluxo.

Através do uso de linhas de força direccionais o fotógrafo consegue dirigir o olhar do observador para determinados elementos de uma imagem, orientando-o através dela e fazendo com que a sua observação ganhe sentido. O uso de linhas faz com que os nossos olhos sejam capazes de as seguir, se o fotógrafo as utilizar como pontos-chave para colocar os objectos do tema estimulando o movimento do olhar de um lado para o outro e convidando a explorar os pontos ou áreas de interesse de tais elementos.

Na fotografia existem dois tipos de linhas: as reais e as ópticas. As reais são elementos de design bem distintos dentro de uma imagem; já as linhas ópticas não são visíveis, são linhas do movimento dos olhos que ligam e indicam os diferentes elementos da imagem.

A fotografia é capaz de fazer o observador deambular por uma imagem e explorá-la, mas, ao mesmo tempo, deixa-o confinado a essa experiência. A intenção do fotógrafo é que o observador se envolva com a sua imagem o tempo suficiente para a sua mensagem chegar até ele.

A construção criativa e cuidadosa da imagem efectua a transferência da visão do fotógrafo para um público maior. Além disso, a fotografia pode ter o poder de influenciar emocionalmente as atitudes e os comportamentos dos seus destinatários. É esse apelo emocional que convence uns a doarem dinheiro para uma

causa, outros a comprarem produtos e a visitarem determinados locais. Ao ser enfatizado um item em particular numa imagem, o fotógrafo pretende despertar o interesse do observador para um certo tema em detrimento de outro. Isso, por si só, tem um poderoso efeito sobre a leitura que se fará da imagem e sobre a capacidade de extrair o significado pretendido pelo fotógrafo.

O ponto de interesse é o elemento responsável por ancorar o receptor a uma imagem. Normalmente trata-se de uma forma marcante ou de um tema em relação ao qual o resto da informação presente na imagem se torna secundário. Muitos fotógrafos colocam os seus pontos de interesse na intersecção das linhas que dividem a imagem em três (regra dos terços) e com este arranjo os pontos de interesse ganham um posicionamento harmónico, evitando que o tema fique no centro da imagem. Também se deve ter em conta o tamanho do ponto de interesse em relação aos restantes elementos presentes na imagem.

Quando uma imagem tem um único ponto de interesse, a forma mais clara de o expressar é por meio de uma imagem simples. Para que o ponto de interesse sobressaia, o plano de fundo da imagem precisa de ter um tom uniforme e sem padrão. Assim, o ponto de interesse destaca-se, já que nenhum outro elemento na imagem ameaça a sua hegemonia.

Como se pode constatar, os fundamentos do design podem ser aplicados em diversas situações da fotografia. Porém, a sua aplicação por si só pode revelar-se insuficiente para criar algo que possa ser considerado extraordinário. Os princípios do design são algumas orientações a ter em conta quando se está a fotografar e que vão facilitar o bom desempenho, principalmente, no caso do neófito da fotografia. Sublinhe-se que só quando todos os conceitos referidos forem bem assimilados pelo fotógrafo é que este vai adquirir a intuição necessária para tirar boas fotografias.

O design não está presente apenas no modo como são feitas as imagens encontrando-se, também, na forma de apresentação do trabalho do fotógrafo que, desejavelmente, passará por um processo de criatividade e aperfeiçoamento.

Na opinião de alguns artistas, a fotografia pode ser efectuada por meio de diversas imagens em pequenas formações de

grade, ou pela impressão das fotografias sobre um tipo de papel/material diferente.

Além disso, há actualmente outras técnicas artísticas e materiais para apresentar as obras a públicos mais vastos, através de métodos de apresentação digital, tais como, projecção, animações e vídeos. Todas essas formas de apresentação podem enriquecer o trabalho fotográfico e atrair mais públicos. Contudo, qualquer que seja o método escolhido é necessário a apresentação ser cuidadosamente planeada para estar adequada à mensagem que o fotógrafo pretende transmitir.

A forma de comunicar com o público deve ser definida de acordo com o tema e, consequentemente, com o conteúdo da mensagem. Independentemente da escolha tipológica das fotografias (cores/preto e branco, individuais ou séries) deve traçar-se uma estratégia de comunicação criativa que garanta a clara divulgação do conceito que imbui a obra.

A força da imagem não deve ser diminuída pela presença de detalhes desnecessários. Sempre que possível, o fotógrafo deve simplificar, isolar e enfatizar, de modo a facilitar a leitura da mensagem por parte do observador. O artista deve estar seguro das suas intenções e do conteúdo que visa comunicar e tentar manter sempre esse objectivo durante a elaboração das imagens.

Por vezes, as regras são entendidas como constrangimentos ou orientações monótonas que se traduzem na perda da criatividade. No entanto, elas asseguram procedimentos correctos, já testados por autores mais experientes e, portanto, constituem uma garantia de estar a trabalhar da forma mais profícua. De início, é normal o fotógrafo não compreender a mais-valia que as referidas regras trazem aos seus projectos e sentir mesmo alguma dificuldade na execução de fotografias de acordo com os parâmetros estabelecidos. Todavia, com o tempo e a experiência os princípios vão sendo adquiridos e gradualmente aplicados de forma intuitiva e fluida na captura das imagens.



## 2.4 A FOTOGRAFIA COMO VEÍCULO DE MUDANÇA INDIVIDUAL E COLECTIVA

Ao longo da vida o Homem é inundado por conhecimentos dados por adquiridos que se repetem de modo quase infinito. A arte faz o Homem pensar e pôr em causa estes “pré-conceitos”, o indivíduo é preparado para novas criações, para a reflexão e para o desenvolvimento da análise crítica. “A arte pode levar ao desenvolvimento de um amplo leque de qualidades criativas e capacidades críticas” (Eça, 2010, p.16). Daí que o indivíduo deva ser trabalhado na sua totalidade: corpo, mente e espírito. O objectivo da arte na educação não é prioritariamente formar artistas, mas sim forjar indivíduos conscientes, com poder de reflexão e crítica. Dada a singularidade do indivíduo é preciso descobrir os estímulos certos para a sua criatividade, inventividade. Assim a sociedade estará a preparar cidadãos com potencialidades e aptidões para produzir, reconstruir e reinventar o *modus vivendi*, singular e colectivo, utilizando a arte como ferramenta de excepção para tal: “a arte pode ser o centro do currículo e, se não quisermos que a educação artística seja marginalizada, é vital que os educadores artísticos compreendam o potencial da sua área e reestruturem as suas práticas” (Eça, 2010, p.16).

É através do sistema sensorial que encontramos as marcas do nosso desenvolvimento. No entanto, este não age sozinho, necessita de ferramentas, entre as quais, a linguagem, a arte, a ciência, os valores, entre outros. No que respeita à arte, esta tem um papel a desempenhar no aperfeiçoamento do sistema sensorial e na capacidade de criatividade e crítica do ser humano. A arte está indelevelmente associada ao processo de criação em todas as fases da vida:

... a arte é importante na vida da criança, pois colabora para o seu desenvolvimento expressivo, para a construção de sua poética pessoal e para o desenvolvimento de sua criatividade, tornando-a um indivíduo mais sensível e que vê o mundo com outros olhos (Coletto, 2010, p.139).

A arte surge também muitas vezes associada a mudanças sociais e ao processo de construção da sociedade. Como diz Raymond Williams:

a arte reflecte a sociedade e molda um carácter social através da sua realidade em experiência. Mas a arte também cria, através de novas percepções e respostas, elementos que a sociedade, enquanto tal não é capaz de compreender. Se compararmos a arte com a sociedade, encontramos uma série de relações efectivas mostrando as suas conexões profundas e centrais com o resto da vida em geral. Encontramos descrição, discussão, exposição através da intriga e experiência de carácter social. Encontramos também em certas formas e instrumentos característicos prova de becos sem saída e problemas não resolvidos da sociedade, frequentemente levados à consciência pela primeira vez deste modo<sup>42</sup> (Williams, 1980, p.86).

42] T.L. de: art reflects its society and works a social character through to its reality in experience. But also art creates, by new perceptions and responses, elements which the society, as such, is not able to realize. If we compare art with its society, we find a series of real relationships showing its deep and central connexions with the rest of the general life. We find description, discussion, exposition through plot, and experience of the social character. We find also, in certain characteristic forms and devices, evidence of the deadlocks and unsolved problems of the society: often admitted to consciousness for the first time in this way.

Assim para que o indivíduo se converta num cidadão consciente, crítico e participativo, capaz de compreender a realidade em que vive, a educação pela arte torna-se uma via privilegiada. A educação engloba processos de aprendizagem e ensino devendo reunir o processo de individualização e de integração.

Apesar de a escola ou os educadores insistirem em dar prioridade ao conhecimento científico, desvalorizando o desenvolvimento emocional/espiritual dos formandos, o ensino pela arte é indubitavelmente uma forma de estruturar a personalidade a nível cognitivo, físico, emocional ou espiritual. Como sublinha Festas,

... o que é vivenciado nos dias de hoje é que a arte é estigmatizada como um meio/estratégia de ensinar, de pouca importância, e só acessível a alguns, o que poderá ser discutível, dependendo dos contextos e da forma com poderá ser trabalhada esta forma de educar (Festas, 2010, p.43).

Efectivamente, a arte tem o poder expressivo de representar ideias através de linguagens particulares, como a literatura, a dança, a música, o teatro, a arquitectura, a fotografia, o de-

senho, a pintura, entre outras formas expressivas que assume. Eisner (2004) inclusivamente, destaca a representação imagética enquanto forma mais bem sucedida de pensamento: “afirmo que muitas das formas de pensamento mais completas e úteis têm lugar quando os estudantes têm a oportunidade de trabalhar de uma maneira significativa na criação de imagens, sejam visuais, coreográficas, musicais, literárias ou poéticas, ou a oportunidade de as poder apreciar”<sup>43</sup> (Eisner, 2004, p.14).

A educação pela arte nessas múltiplas expressões contribui para o desenvolvimento cognitivo dos alunos, amplia as possibilidades de compreensão do mundo e melhor entendimento dos conteúdos relacionados com outras áreas do conhecimento, tais como matemática, línguas, história e geografia.

O propósito da educação pela arte não se focaliza nem restringe ao ensino de conceitos artísticos (a história, o artista, as técnicas, a exegese das obras de arte), mas a “educar o sensível, tendo em vista a estimulação e o enriquecimento do racional, numa interacção benéfica entre o pensar, o sentir e o agir, dirigindo-se com especial interesse para os problemas que afectam a criança e o adolescente” (Sousa, 2003, p.82).

Pensando especificamente nas artes visuais e no mundo de hoje em que, como afirma Maria de Lourdes Riobom “...todos somos permanentemente bombardeados com imagens, parece dever fazer parte da educação, se a queremos esclarecida e, formadora de cidadãos críticos, activos e, conscientes do mundo que os rodeia, ensinar a leitura de imagens, de modo a não nos deixarmos facilmente manipular por elas” (2010, pp.174-175). De facto o poder da imagem é de tal maneira omnipresente nas nossas sociedades que se tornou um lugar comum falar no poder da imagem, embora sem especificar de que poder se trata e quais os perigos que decorrem de usar ou ser alvo desse poder.

A educação pela arte como meio de conseguir efectuar transformações sociais é uma questão abordada por Eça (2010) que, referindo Jimenez (2009) releva as experiências levadas a cabo em países da América Latina e do Caribe por grupos de voluntários escassamente financiados, ou por iniciativa autárquica ou, até, por organização sem fins lucrativos. O bom resultado

43] T.L. de: sostengo que muchas de las formas de pensamiento más complejas y sutiles tienen lugar cuando los estudiantes tienen la oportunidad de trabajar de una manera significativa en la creación de imágenes, sean visuales, coreográficas, musicales, literarias o poéticas, o la oportunidad de poder apreciarlas.

dessas experiências sócio-pedagógicas cai um pouco no oblívio ou no desinteresse por se tratar de experiências desenvolvidas em comunidades pequenas e, em regra, pouco noticiadas. Contudo, os resultados obtidos levam a pensar nos múltiplos desenvolvimentos que uma pedagogia artística pode conseguir em termos dos indivíduos e dos colectivos.

Lamentavelmente, o ensino da arte em geral nas escolas portuguesas tem sido desvalorizado, sendo considerado como um momento lúdico do horário escolar em que pouco se aprende, quando comparado com as outras disciplinas tidas como mais importantes. Embora haja uma unidade dedicada à Educação Visual e Tecnológica, na fase escolar do ensino básico, ela restringe-se, no ensino secundário apenas àqueles que prosseguem os seus estudos na área das artes, deixando, pois, toda uma população escolar excluída desta preparação. No entanto, a existência ou ausência desta disciplina (ou similar) reflecte-se na capacidade de entender um discurso construído com os símbolos visuais. Afirma Riobom:

... a cultura visual está fortemente relacionada com os processos de criação de identidade. Os efeitos das imagens dão forma ao conceito que o indivíduo tem de si próprio pois, ao apropriar-se das características das representações visuais, adopta-as como representações de si próprio podendo assim ser manipulado através de imagens que, muitas vezes, são o oposto da sua natureza individual (Riobom, 2010, p.176).

Contudo, existem professores que intervêm no processo de construção do aluno, tentando impor as suas ideias e não deixando os próprios descobrir a sua identidade e o seu caminho através da criatividade.

Nas aulas de arte, o professor deve estimular o aluno a investigar, inventar, explorar mesmo cometendo erros, pois assim não terá medo de libertar a sua criatividade. Cabe ao professor apresentar a actividade como algo essencial devendo ele próprio estar motivado para o seu trabalho, não se limitando a orientar de



forma mecânica os alunos, antes os fazendo sentir-se intervenientes significativos para a actividade. O professor, enquanto figura orientadora, deve valorizar e incentivar o aluno a desenvolver a sua criatividade, enaltecendo o processo e não só o trabalho final.

Aprender torna-se mais estimulante quando o aluno ganha competências através das atitudes e métodos de motivação aplicados em sala de aula. O prazer de aprender não é algo que surja espontaneamente nos alunos, pois é uma tarefa que exige esforço, pelo que em alguns casos é encarada como dever e não como fruição. Para contrariar este sentimento, o professor deve tentar despertar a curiosidade nos alunos, acompanhando-os, procurando conhecê-los e aos seus interesses específicos para melhor os estimular e orientar nas actividades desenvolvidas na sala de aula.

Na nossa sociedade cada vez mais se discutem os processos educacionais, as estratégias e as metodologias a adoptar na aprendizagem, bem como, as novas perspectivas vivenciais e a selecção e os modelos de abordagem dos temas eventualmente relevantes. As constantes mudanças a nível da tecnologia tem constituído um recurso pertinente na adopção de novas estratégias e metodologias. A combinatória entre modelos teóricos e implementação de práticas tem-se revelado cada vez mais um requisito obrigatório para uma boa preparação profissional e para a vida em geral.

Os horizontes estão mais abertos sendo mais fácil trocar ideias sobre métodos de ensino, aplicação de novos exercícios, experiências inovadoras e objectivos propostos entre colegas. Só assim, se alargarão as oportunidades educativas de alunos dos vários grupos sociais existentes, desenvolvendo o potencial de cada um e fazendo deles cidadãos bem integrados.

A educação beneficia da criatividade do mesmo modo que os níveis de criatividade de novas soluções e imagens aumentam se esta for educada. (...) A arte tem de ser educada do mesmo modo que a sociedade deve passar a olhar a arte como uma forma de fruição (Bahia, 2002, p.112).

No âmbito da educação para a arte, a fotografia pode ser vista nos projectos de investigação-acção participativos como um

instrumento catalisador de mudanças, justificado através da dupla função que pode assumir: como expressão visual e criativa, ou como meio de representação de realidades e de contextos.

Neste sentido, a fotografia promove a oportunidade de se aceder a realidades distintas, novéis perspectivas de comunicar e de sensibilizar os indivíduos para as questões sociais que os rodeiam. A sua facilidade de divulgação possibilita a partilha e potencializa diálogos que podem ajudar a ultrapassar barreiras culturais e linguísticas de cada contexto.

44] Caroline Wang é professora e investigadora da Escola de Saúde Pública da Universidade de Michigan.

45] Mary Ann Burris é investigadora associada da Escola de Estudos Orientais e Africanos da Universidade de Londres.

46] Paulo Freire (1921-1997), educador, pedagogo e filósofo brasileiro, é considerado um dos pensadores mais notáveis na história da Pedagogia. Sendo a sua obra *Pedagogia do Oprimido* um dos textos influentes do movimento Pedagogia Crítica.

No início dos anos 90 do século XX, Caroline Wang<sup>44</sup> e Mary Ann Burris<sup>45</sup> desenvolveram uma abordagem teórica e metodológica para projectos de investigação-acção participativos à qual chamaram *Photovoice* (Wang, 1999). Esta abordagem surgiu primeiramente na área da promoção e educação para a saúde, tendo como principais influências teóricas a educação para a consciência crítica de Paulo Freire<sup>46</sup>, a teoria feminista pelo reconhecimento do contributo das mulheres na génese da cultura e influência da metodologia participativa, associada à tradição do documentário fotográfico como meio de divulgação caracterizado pela consciência social representada nas imagens (Wang & Burris, 1997). O método propõe a inserção de actividades de base comunitária no processo investigativo, com a finalidade de capacitar indivíduos de grupos sociais em situação de exclusão:

é um processo pelo qual as pessoas podem identificar, representar, e melhorar a sua comunidade através de uma técnica fotográfica específica. Confia as câmaras fotográficas nas mãos das pessoas por forma a permitir que actuem como repórteres e potenciais catalisadores de mudança, nas suas próprias comunidades<sup>47</sup> (Wang & Burris, 1997, p.369).

47] T.L. de: is a process by which people can identify, represent, and enhance their community through a specific photographic technique. It entrusts cameras to the hands of people to enable them to act as recorders, and potential catalysts for change, in their own communities.

No *photovoice* a fotografia é um suporte e uma ferramenta de trabalho que serve para criar relações, informar e organizar indivíduos da comunidade, permitindo-lhes dar voz às suas preocupações e discutirem os problemas e as soluções colectivamente, através dos enquadramentos visuais. Utiliza o imediatismo

mo da imagem visual como meio eficaz para promover a partilha da experiência e do conhecimento. Inicialmente, Wang & Burris denominaram esta metodologia *photo novella*, mas como esta expressão é utilizada geralmente para descrever um processo de utilização de imagens para contar uma história ou para ensinar uma língua e o processo aqui descrito é diferente, optaram pela designação *photovoice*.

As primeiras aplicações do *photovoice* contemplavam a promoção da saúde pública, desenvolvimento comunitário e educação; as suas primeiras aplicações compunham essa tríade (Wang e Burris, 1997; Wang, Burris & Xiang, 1996; Wang *et al.*, 1998). Só com o passar dos anos este método veio a abranger outras questões do campo social, cultural e identitário. Com a ampliação do seu campo de incidência, a referida metodologia passou a ser frequentemente aplicada a populações minoritárias e em contextos de vulnerabilidade e exclusão, propondo-se a indicar caminhos e pontos de reflexão sobre as circunstâncias que agremiam os membros de uma comunidade na expectativa de melhorias futuras.

O *photovoice* tem sido utilizado com jovens em diferentes contextos e configurações: na avaliação de necessidades comunitárias, em relações intergeracionais entre adultos e jovens (Wang *et al.*, 2004), com populações de minorias étnicas (Streng *et al.*, 2004), entre outros grupos juvenis distintos (Ewald, 2001; Luttrell, 2006; McAllister *et al.*, 2005; Spielman, 2001).

Através do interesse na auto-representação comunitária, o *photovoice* permite trazer perspectivas diferentes das que os meios sociais e mediáticos tradicionais desenvolvem. Os participantes são envolvidos nos processos de decisões das suas próprias políticas (Wang & Burris, 1997) e neste sentido, a estratégia passa a ser bastante eficaz na resposta a questões e na identificação de problemáticas levantadas à luz da sua própria auto-representação.

As bases teóricas do *photovoice* e do *photo-elicitation*<sup>48</sup> (Harper, 2002), serviram como alicerce para outros métodos como o *Visual Voice*, cuja enunciação se estrutura a partir de pinturas e desenhos participativos e o *Comic Voice*, que utiliza a banda desenhada como ferramenta para a literacia visual. Estas metodologias

48] *Photo-elicitation* consiste no uso de diversas imagens fotográficas como suporte a entrevistas, em investigações empíricas, principalmente de cunho antropológico e sociológico (Harper, 2002).

são utilizadas actualmente em alguns *curricula* escolares nos Estados Unidos da América e na China (Souza, 2013).

Segundo Wang & Burris (1997) o *photovoice* tem três objectivos principais: através de fotografias capacitar as pessoas para registar e reflectir sobre os pontos fortes e as preocupações da sua comunidade; promover o debate e o conhecimento acerca das questões importantes para a comunidade; e projectar a visão acerca das vidas dos membros da comunidade a outros indivíduos externos a ela, especialmente poderosos agentes políticos e financeiros. Os objectivos deste método fomentam o desenvolvimento de competências nos participantes a nível da elaboração de fotografias como base da discussão colectiva sobre as questões que consideram mais pertinentes (Wang & Burris, 1994, 1997; Wang *et al.*, 1996).

O *photovoice* apresenta a grande vantagem de ser uma metodologia acessível à maioria das pessoas, pois não implica saber ler ou escrever, e é bastante flexível na medida em que se adapta a diferentes objectivos (avaliação de necessidades, levantamento de recursos e/ou avaliação de projectos), a diferentes grupos e comunidades, ou a diversos temas ou políticas comunitárias.

Além disso, actua de forma positiva e formativa no respeitante às competências pessoais e sociais dos indivíduos pertencentes a uma qualquer comunidade de modo a que eles possam construir as suas próprias soluções para ultrapassar as fragilidades ou, inclusive, situações de ostracismo social.

A fotografia, como imagem carregada de mensagem, actua simultaneamente nos seus fautores e naqueles que as vão visualizar em diferentes circunstâncias, criando vários níveis de resposta e de consciencialização cívica. Segundo Rodrigues a cidadania implica:

...fazer opções e tomar decisões conscientes, agir individualmente e tomar parte em processos colectivos, então as pessoas têm de desenvolver competências para agir com base na informação e para poderem comunicar acerca dos seus problemas, necessidades e desejos (Rodrigues, 2008, p.2).

Como já anteriormente referido (p.183), a representação imagética constitui uma das formas mais eficazes de construir ideias e pensamentos completos e úteis, base de toda a tomada de decisão por parte dos indivíduos. Efectivamente a expressão artística potencia as competências humanas de observação e análise tanto dos elementos que compõem a realidade de cada indivíduo como, a um outro nível, das ideias e dos conceitos que se encontram subjacentes a tais representações. A capacidade de descodificação, seja literal, seja simbólica, permitem uma leitura mais rica do próprio ser e do mundo e, naturalmente, da comunidade em que rotineiramente se encontra integrado. A tomada de consciência através da arte reverbera, assim, numa possível capacidade de introduzir transformações no plano social e na construção da própria identidade.

O *photovoice* constitui uma ferramenta apropriada para os objectivos acima descritos. Segundo Rodrigues (2008) operacionaliza-se através de sessões de trabalho que se podem resumir em três fases: preparação, acção e finalização.

Na primeira fase define-se o tema a tratar e os objectivos da intervenção. Consiste na capacidade dos profissionais para assumirem o papel de facilitadores da mudança na aplicação do método, bem como na antecipação da angariação da “audiência” (agentes políticos, outros profissionais) para a divulgação dos resultados.

Na segunda fase desenvolvem-se as várias sessões de grupo e reúnem-se participantes e facilitadores num diálogo comum. Os grupos não devem ser grandes, recomendando-se entre oito a doze participantes, para que todos possam ter oportunidade de se expressar. Pretende-se que os participantes reflectam sobre temas da comunidade onde estão inseridos através da obtenção de fotografias tiradas pelos próprios, que respondam a perguntas colocadas ao longo das sessões. Em cada sessão, os participantes procedem sempre à apresentação individual das imagens, explicando como estão relacionadas com o tema daquela sessão, seguindo-se uma análise de grupo procurando alargar o diálogo ao plano colectivo.

Na terceira fase, procede-se à documentação das histórias e das narrativas que surgiram nas sessões (a componente voz) e

prepara-se a divulgação dos resultados junto da “audiência”.

Um processo de investigação-acção em *photovoice* faculta aos jovens a oportunidade de desenvolverem a identidade pessoal e colectiva e pode transformar-se num instrumento fulcral para construção das suas competências sociais. O método proporciona a oportunidade dos jovens ganharem novas perspectivas sobre questões associadas à cultura, normas comunitárias, comportamentos, estrutura social e desejos, em que também são incentivados a desenvolver uma compreensão de si próprios e da sua comunidade.

Wang (2006, p.152) afirma que o “*photovoice* oferece uma maneira ideal aos jovens para aproveitarem o poder dessas funções para melhorar o bem-estar da sua comunidade”<sup>49</sup>. Wang (2006) assinala, ainda, que o envolvimento dos jovens no *photovoice* beneficia do seu desejo de exercer autonomia e de expressar a sua criatividade enquanto documentam as suas vidas. O método permite que os jovens, incluindo aqueles que são sub-representados, rotulados e/ou estigmatizados, defendam as suas preocupações através da voz e das experiências.

Mediante a utilização dos conhecimentos específicos dos jovens, nestes projectos de *photovoice*, pretende-se, simultaneamente, promover parcerias intergeracionais e infundir as perspectivas dos jovens no sistema de políticas e programas para o futuro.

Questionando as estruturas sociais, políticas, culturais e económicas estabelecidas e colocando as populações marginais como protagonistas podem nascer ideias para uma acção social estruturada e transformadora. A consciência crítica promove mudanças individuais e comunitárias, assim como transformações políticas destinadas a alcançar a equidade social.

A imagem é um meio para os indivíduos da comunidade reflectirem sobre si próprios e revelarem realidades quotidianas, sociais e políticas que os marcam colectivamente através das suas perspectivas e experiências. No *photovoice* o mundo do indivíduo é retratado pelo próprio através das suas fotografias, sendo ele que as interpreta, dando depois a oportunidade ao investigador de construir a sua leitura. O método utiliza a fotografia como ferramenta de diálogo sobre as experiências, os enquadramentos

49] T. L. de: photovoice offers an ideal way for young people to harness the power of these roles to enhance their community's well-being.

e as escolhas dos participantes. As discussões no seio do grupo sobre as imagens produzidas facilitam e encorajam os envolvidos a analisarem crítica e colectivamente as condições sociais que contribuem ou prejudicam o seu desenvolvimento pessoal. Para Wang (1999), o *photovoice* diferencia-se de outras formas de representação social visual porque é o membro da comunidade que capta a imagem em vez de ser um sujeito externo a essa realidade.

Os participantes no processo aprendem a trabalhar com as máquinas fotográficas e são convidados a registar os pontos positivos e negativos das suas comunidades. São entendidos como indivíduos capazes de compreender as questões comunitárias através de uma partilha mútua de experiências que os transforma em possíveis agentes da mudança social.

O *photovoice* pode vir a ser um meio que cria oportunidades de expressão para aqueles que estão à margem da sociedade, possibilitando que as suas vozes sejam ouvidas através das histórias próprias. Permite-lhes, assim, participar activamente na denúncia da sua condição e beneficiarem das melhorias propostas quer a nível pessoal, quer comunitário. Por meio da capacitação para o uso de dispositivos fotográficos, os jovens podem criar representações simbólicas que dão conhecimento dos seus mundos através dos seus olhares e das suas experiências pessoais.

Wang, Burris & Xiang (1996, p.1391) descrevem o método como “uma metodologia inovadora que coloca máquinas fotográficas nas mãos das mulheres rurais e outros constituintes que raramente têm acesso àqueles que tomam decisões sobre suas vidas”<sup>50</sup>. Para Rodrigues (2008), o *photovoice* tem tido um forte impacto na intervenção junto de populações muito desfavorecidas ou marginalizadas, pois ajuda a desenvolver uma maior consciência crítica, a introduzir visões alternativas sobre problemas existentes, a desenvolver e a mobilizar a rede social.

O objectivo de trabalhar o conceito *photovoice* na presente investigação é de entender a sua aplicabilidade em participantes jovens. A utilização da metodologia foi mais flexível; no entanto, o foco manteve-se na transformação pessoal e social dos participantes. A convicção subentendida nesta investigação é que as práticas seguidas permitem dar expressão visual à consciência social, promo-

50] T. L. de: is an innovative methodology that puts cameras in the hands of rural women and other constituents who seldom have access to those who make decisions over their lives.



ver a participação efectiva destes indivíduos enquanto “especialistas ou peritos” da sua vida e potenciar competências pessoais e sociais. O percurso realizado permite, deste modo, aumentar a auto-estima de cada um, na medida em que o apetrechou de uma forma mais completa e eficaz para entender a sua realidade e considerá-la como passível de mudança pela sua própria intervenção. As competências adquiridas através desta experiência também alargam as possibilidades de considerar outras aprendizagens e acreditar no potencial sucesso a alcançar com elas; mais uma vez as competências a serem adquiridas virão naturalmente dar azo a melhores oportunidades de ascender na hierarquia sócio-económica vigente.

Pode ver-se a aplicabilidade da metodologia do *photovoice* numa primeira experiência levada a cabo pelos distritos que compõem o Núcleo Regional do Centro da REAPN, no âmbito do Dia Internacional para a Erradicação da Pobreza, através da realização do II Encontro Regional de Cidadãos/ãs em Risco Social, em 2008, na Escola Profissional de Torredeita, em Viseu.

A Rede Europeia Anti-Pobreza/Portugal procura assinalar o Dia Internacional para a Erradicação da Pobreza (17 de Outubro) como alerta para os problemas da pobreza e da exclusão social e para a necessidade de agir sobre eles; procura igualmente privilegiar, nas actividades que desenvolve, as pessoas que experienciam de perto esses fenómenos de forma a integrá-los no desenho das soluções. Esta abordagem dá ênfase à participação das pessoas na formulação e implementação dos programas e das políticas que os afectam e que devem ser alvo de um trabalho continuado. Nesse sentido, os grupos que compõem o Núcleo Regional do Centro têm vindo a implementar um processo de auscultação prolongada no tempo e que no II Encontro Regional se concretizou através do recurso à metodologia *photovoice*, numa tentativa de dar expressão visual à consciência social (Rodrigues, 2008).

Os principais objectivos desta metodologia foram: encorajar os indivíduos a identificar e a reflectir sobre aspectos da sua própria identidade e experiência pessoal e comunitária; facilitar a identificação de competências pessoais e de uma causa comunitária comum (capacitar); promover o diálogo crítico e o conhecimento sobre aspectos importantes da sua comunidade; projectar



a visão acerca das suas vidas a outros, especialmente a decisores (membros influentes nas comunidades e políticos).

A implementação concretizou-se em oito momentos:

1) escolha da temática a desenvolver nos seis Grupos (saúde, educação, emprego e formação e protecção social), tendo-se optado por duas questões para os aspectos positivos e negativos;

2) reunião com técnicos(as) das instituições para indicação de quatro pessoas que pudessem participar;

3) primeira sessão com os participantes: explicação da metodologia; distribuição do equipamento (máquinas fotográficas); exercício prático com o equipamento; entrega da primeira questão;

4) num espaço curto de tempo (2 a 5 dias) os participantes responderam, com recurso à fotografia e ao seu testemunho, à primeira questão;

5) nova reunião com os participantes em que cada um apresentou as suas fotos e as explicou. No final procedeu-se à apresentação da segunda questão;

6) momento similar ao 4º, mas desta vez os participantes responderam à segunda questão;

7) reunião com participantes para apresentação das fotos e preparação do momento seguinte;

8) devolução do trabalho à comunidade com a realização do II Encontro Regional de Cidadãos/ãs em Situação de Pobreza.

Por questões práticas, os temas a abordar foram divididos por distritos. Assim, os participantes:

1) de Castelo Branco e Leiria responderam às questões focando as áreas da educação, formação e emprego;

2) da Guarda e Santarém responderam às questões focando a área da saúde;

3) de Viseu e Coimbra responderam às questões focando a área da protecção social.

Nas áreas da educação, formação e emprego o Senhor José Flores, de 43 anos, desempregado, às questões: “Da ajuda que recebeu ou recebe, o que é que foi mais útil para si / o que é que gostou mais?”, respondeu:

Este foi o emprego no qual mais aprendi, e me profissionalizei na montagem de ar condicionado e refrigeração. Continuo à procura de trabalho. Tenho sido persistente nas minhas idas ao Centro de Emprego, para também reforçar a minha presença perante os técnicos e o meu interesse pela procura, mas gostava de voltar a trabalhar nesta ou noutra empresa do mesmo ramo (Rodrigues, 2008).



Figura 56, *Local onde o Senhor José Flores trabalhou*, José Flores, 2008, (Rodrigues, 2008, p.5)

No final da apresentação das imagens dos participantes e do diálogo suscitado entre eles chegaram a algumas conclusões que passíveis de melhorar as áreas da educação, formação e emprego, entre as quais se destacam: investir no concelho do Fundão, a nível de empresas (criar incentivos); gerar mais empregos; reabrir fábricas e empresas; e dar maior apoio às empresas para evitar falências e despedimentos (Rodrigues, 2008).

O mesmo método foi aplicado nas outras áreas de estudo e também foram tiradas conclusões que puderam ser apresentadas a membros influentes na comunidade e a políticos com o intuito de mostrarem a visão das vidas destas pessoas, por forma a viabilizar a mudança pessoal e social.

Outro exemplo de aplicabilidade da metodologia do *photovoice* verificou-se no Projecto Olhares em Foco realizado em Portugal e no Brasil desde 2011 que resulta de uma investigação-acção participativa que teve como ponto principal os direitos da criança e do adolescente. Como objectivo este projecto pretende

estimular uma reflexão sobre os direitos e a identidade pessoal e colectiva a partir do registo de imagens e do debate acerca da relação entre os jovens, a sua família e a sua comunidade, despertando um papel pró-activo na sociedade e na construção do seu projecto de vida<sup>51</sup>.

51] Cf. <http://olharesemfoco.wix.com/projecto>

O Projecto Olhares em Foco desde Outubro de 2011 até Fevereiro de 2012 foi realizado na Urbanização Terraços da Ponte, Quinta do Mocho, Loures, Portugal, no Projecto Esperança (Programa Escolhas), que atende crianças e jovens maioritariamente de origem africana. Este mesmo projecto, também foi realizado na Comunidade Pega, Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, no Brasil. Participaram 20 jovens com idades entre os 12 e os 18 anos e as suas fotografias foram exibidas na Exposição Meu Olhar sobre o Pega, em Março de 2011. Foi igualmente realizado em Vila Cafezal, Belo Horizonte, em Minas Gerais, no Brasil, onde participaram 19 jovens com idades entre os 10 e os 16 anos e as fotografias foram exibidas na Exposição Lentes no Cafezal, em Abril de 2011<sup>52</sup>.

52] Cf. <http://olharesemfoco.wix.com/projecto>

As figuras 57 e 58, são dois exemplos de fotografias tiradas pelos jovens que participaram no Projecto Olhares em Foco em Portugal e no Brasil, em que as imagens registam as vivências dos jovens.

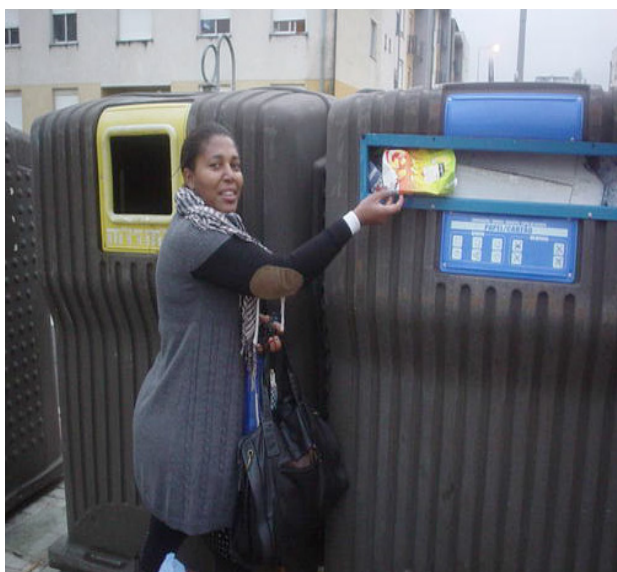


Figura 57, *Fotografia do Projecto Olhares em Foco*, Quinta do Mocho, Iara Tavares, 2011, (<http://olharesemfoco.wix.com/projecto>)

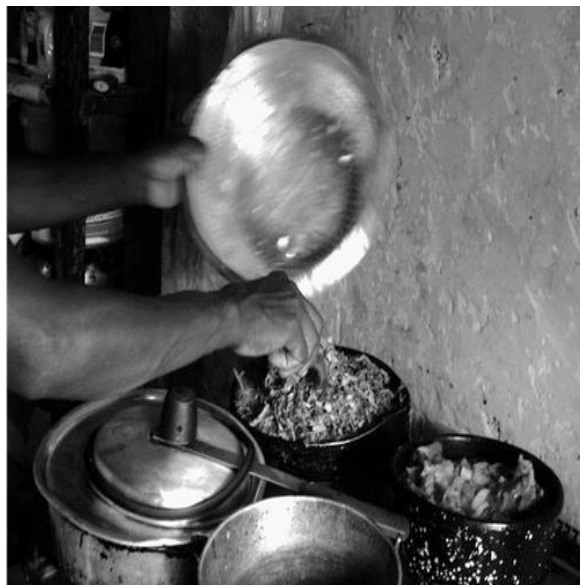


Figura 58, *Fotografia do Projecto Olhares em Foco*, Vale do Jequitinhonha, Adriana, 2011, (<http://olharesemfoco.wix.com/projecto>)

53] Ferramentas que incluem produtos, técnicas e projectos cujas metodologias são sistematizadas e podem ser replicadas. São desenvolvidas na interacção e partilha de saberes de diferentes agentes, incluindo os habitantes da comunidade envolvida. Possibilitam efecivas soluções de desenvolvimento social em larga escala, atendendo demandas de educação, alimentação, energia, habitação, renda, recursos hídricos, saúde e meio ambiente, dentre outras.

A *ChildFund* Brasil, trabalha há 50 anos para erradicar a pobreza no Brasil. Nos projectos sociais, o *ChildFund* Brasil utiliza as tecnologias sociais, como Olhares em Foco para desenvolver a aceitação e a identidade. Cf. <https://www.childfundbrasil.org.br/imprensa/releases/artigo-tecnologias-sociais-que-mudam-vidas>

Em Portugal o projecto teve mais uma edição em 2013, de Abril a Julho, na Cova da Moura, chamado Olhares da Kova, com a participação de 20 jovens com idades entre os 12 e os 18 anos e a exposição final foi realizada no II Festival da Juventude da Cova da Moura, em 2013. A exposição esteve ainda nesse mesmo ano presente na LX Factory, em Lisboa, na Galeria de Arte do Município de Almada, em Almada e na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas de Lisboa.

No Brasil o Projecto Olhares em Foco tornou-se numa tecnologia social do *ChildFund* Brasil<sup>53</sup> e continua activo. Já foram formados 120 educadores sociais que replicam o projecto em mais de 45 comunidades, atingindo cerca de 350 jovens com idades entre os 12 e os 18 anos dos estados brasileiros de Minas Gerais, Ceará, Rio Grande do Norte e Pernambuco. Até ao momento, realizaram-se mais de 50 exposições.

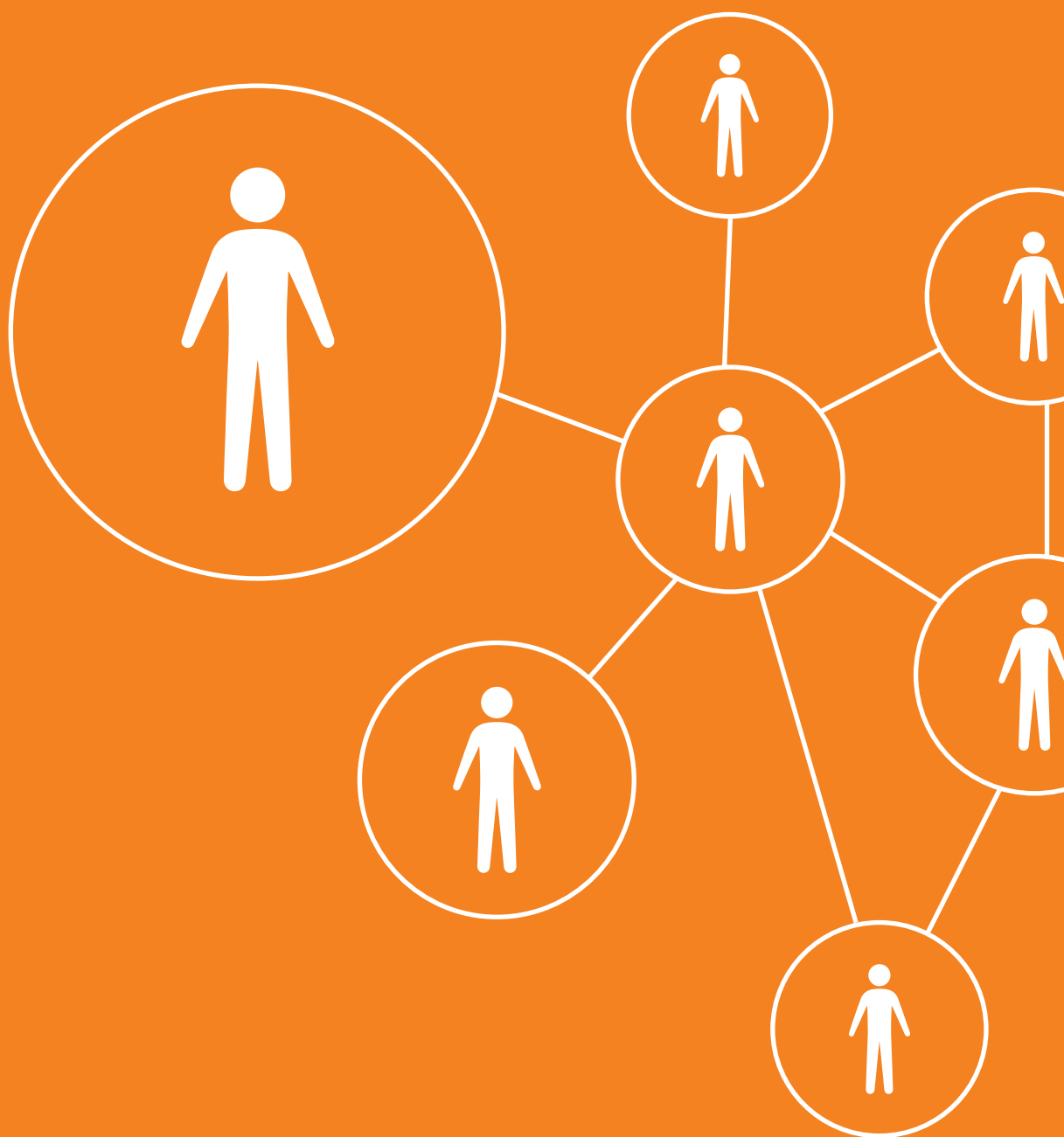
Uma máquina fotográfica na mão e muitas ideias na cabeça dos jovens para representarem a sua vida, a sua família e a sua comunidade. As fotografias servem de ponto de partida para um diálogo sobre os direitos e os deveres, o projecto de vida e desafios que enfrentam no contexto em que vivem. O Projecto Olhares em Foco “utiliza a formação em técnicas fotográficas como ferra-

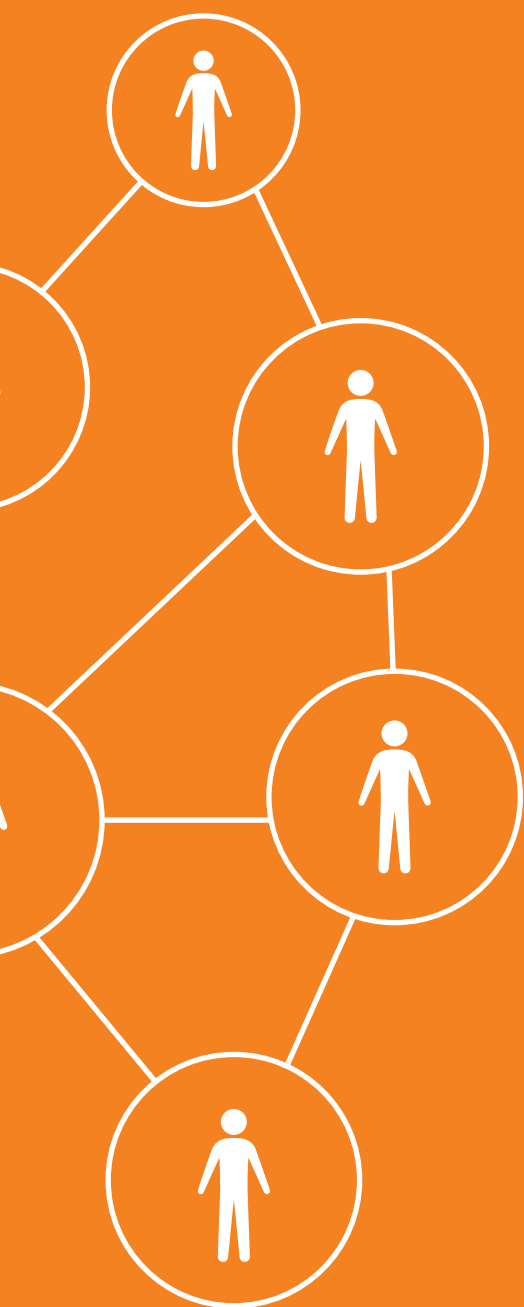
menta de reflexão e transformação pessoal e social”<sup>54</sup>.

54] Cf. <http://olharesemfoco.wix.com>

O *photovoice* ilustra bem o papel da fotografia na formação/instrução para a cidadania de qualquer indivíduo, desde a tenra idade até à plena fase adulta ou sénior. Mais, a fotografia como objecto de estudo associada às directrizes do design constitui matéria de enriquecimento intelectual e enquanto ferramenta social torna-se, ainda, mais actuante.

Para além do conjunto de procedimentos em termos artísticos, há que ponderar as formas de transmissão da mensagem icónica veiculada pela fotografia para sensibilizar o Outro, o que se encontra fora da comunidade, mas que pode interagir com ela. Nesse sentido, os modelos expositivos a adoptar também são saberes a adquirir para completar este processo de ligação entre núcleos distintos dentro de uma sociedade diferenciada em termos de geração, estratos económicos, etnias e níveis educativos.





### 3. Modelos Expositivos na Cidade







### 3. MODELOS EXPOSITIVOS NA CIDADE

Neste terceiro capítulo vão ser abordados conceitos expositivos na cidade que ajudam a compreender o modo como um trabalho deve ser apresentado para ser recepcionado por outrem, bem como a sua relação com o espaço urbano e os seus cidadãos. É efectuada uma primeira abordagem à herança museológica, explorando-se, de forma breve, o conceito de museu, o seu papel e a sua evolução até aos nossos dias, tendo em conta as três escolas europeias mais relevantes: a britânica, a francesa e a germânica.

Será, depois, feita uma abordagem à exposição e à evolução do discurso expositivo, enquanto elemento mais próximo do público e que tem a missão de fazer chegar a sua mensagem ao receptor, ou seja, actuando como o veículo de comunicação entre o acervo exibido e o seu destinatário. Assim, segundo McKenna-Cress & Kamien (2013), a exposição deve conter pelo menos duas das três características essenciais que a vão definir: material real; experiências autênticas e espaços sociais.

Ainda no âmbito do discurso expositivo será estudado com particular interesse a exposição em espaço aberto, sendo sublinhadas algumas técnicas, nomeadamente, a linguagem expositiva, a relação da obra com a paisagem, a informação, o espaço como meio envolvente, a relação entre os objectos e o espaço e as circulações.

Uma exposição deve ser considerada um meio para comunicar, de forma a inspirar, chegar a diversos tipos de pessoas de culturas distintas, com diferentes origens geográficas, educacionais e psicológicas. Na verdade, o termo “comunicar” pode ser entendido como o processo de transmissão de uma mensagem entre um emissor e um receptor e, eventualmente, a eficácia da sua recepção, através da utilização de recursos, como a fala ou a visão ou, ainda, de dispositivos técnicos, elementos inerentes a qualquer exposição.

As exposições devem inspirar e proporcionar confiança através da sua experienciação. Portanto, os museus comunicam quando mostram o seu património museológico com o objectivo de transmitir conhecimentos, de incentivar a investigação, de ser um complemento ao sistema de ensino e à aprendizagem ao lon-

go da vida, de satisfazer as expectativas dos visitantes e de atrair novos, assim se tornando um pilar na comunidade e na regeneração social (Hillier, 2001). No caso vertente, os jovens foram convidados a partilhar as suas experiências primeiramente com os colegas e os formadores e, num segundo momento – o momento da exposição – a comunicar com a comunidade lisboeta em geral.

Neste enquadramento museológico, a forma de comunicar entre artistas de várias culturas espalhadas no espaço e no tempo e os seus receptores, provindos de circunstâncias várias e distintas, ganha vida através do design de exposição. O design, neste contexto, deve, com as suas ferramentas, ajudar a construir um projecto que seja adequado ao conteúdo e adoptar métodos que propiciem a sua convergência com públicos múltiplos. O resultado desse planeamento destina-se a produzir um forte impacto nos seus receptores.

Ora o design de exposição traduz-se numa solução para um problema espacial passível de facultar experiências significativas aos públicos. Deve contribuir para a educação num ambiente mais inclusivo; deve conseguir comunicar de forma directa e indirecta, ter a colaboração de várias partes interessadas de modo a funcionarem em equipa; suscitar a participação dos visitantes e o seu contributo activo, mantendo-se ao serviço destes.

A exposição deve oferecer ao visitante conteúdo informativo, atracção estética e condições de conforto; ou seja, deve ser memorável e significativa. Alcançar tais objectivos implica que ela seja delineada segundo uma estrutura organizacional que garanta a boa e fácil adaptação à narrativa do conteúdo. Se a organização física estiver sincronizada com o conteúdo, a experiência do visitante será facilitada, conduzindo-o ao foco da exposição e assegurando o pleno entendimento e a fruição daquele momento.

Serão igualmente ponderados os conceitos de cidade e bairro em afinidade com as abordagens tanto sociológica como de design social no que respeita à exclusão e inclusão. A complexidade territorial e humana das actuais cidades implica um empenho acrescido nos modos de desenvolver uma educação para a cidadania apoiada em recursos artísticos. O exemplo escolhido foi a cidade de Lisboa dado que a sua área alberga realidades diversas

quer do ponto de vista económico, quer do ponto de vista étnico. A esta realidade junta-se a presença transitória, mas cada vez mais avolumada e, portanto, significativa, de turistas estrangeiros que, pela sua capacidade económica e pelo facto de se encontrarem em período de lazer, introduzem outros parâmetros na equação social vigente. Conforme Pegado (1999) salienta, Lisboa apresenta-se, pois, como um território onde populações de nível económico bastante elevado coabitam com comunidades em que a pobreza acarreta, quase inevitavelmente, exclusão social. Ora a discrepância social entre estratos mais elevados e outros em circunstâncias marcadas pela pobreza e pela precaridade de condições vivenciais estão, segundo Isabel Guerra (2001), frequentemente associadas a uma separação espacial.

Os bairros sociais reflectem a realidade urbana lisboeta, enquanto espaços comunitários destinados a colectivos marcados pela indigência económica, informativa e, portanto, de oportunidades de afirmação plena em termos de cidadania.

A educação para a cidadania surge neste enquadramento como um instrumento que contribui para erradicar os habitantes desses bairros da sua situação de excluídos<sup>1</sup>. Educar surge aqui como uma gradual aquisição de conhecimentos e de exercícios intelectivos que podem ser devidamente potenciados através da sensibilização relativa a elementos artísticos. Segundo Read (1982) a arte é a base de toda a educação porque só através dela as pessoas se tornam “eficientes nos vários modos de expressão” (Read, 1982, p.24-25). Neste mesmo sentido Eisner (2004) vem sublinhar a aquisição de um estado de maior consciência social adquirido pelo indivíduo através da combinatória da sua percepção sensorial do mundo com as artes. Neste sentido a cidade pode ser não apenas o espaço conhecido e vivido pelos residentes de um qualquer bairro social, mas o objecto da sua percepção e posterior representação artística.

A aquisição de competências de representação da cidade nas suas múltiplas facetas conduzirá, por sua vez, a uma consciencialização crescente do estatuto de cidadania de cada indivíduo e do grupo. O conceito de cidadania encontra-se, por seu turno, associado às noções de arte pública que também aqui merecem

1] Cf. Rousseau, J. (2012). *Emile ou de l'éducation*, tome premier. *Collection complète des oeuvres*. Genève, 1780-1789, vol. 4. In <https://www.rousseauonline.ch>.

atenção dada a sua capacidade transformadora tanto da cidade enquanto elemento físico, como da cidade orgânica resultante das vivências dos seus habitantes e visitantes. Neste aspecto Correia (2013) é explícito em estabelecer a correlação entre arte pública e cidadania, a partir da definição conceptual de arte pública surgida nos meados do século XX e que inclui acções com objectivos de denúncia ou de mudança social.

Ao expor o produto das representações da cidade a receptores variados e exteriores aos bairros sociais, o processo de consciencialização para a cidadania amplifica-se e pode abranger os habitantes da capital, até à sua totalidade.

### 3.1 A HERANÇA DA EXPOSIÇÃO MUSEOLÓGICA

O Museu foi desde sempre um espaço de fruição estética e educação do gosto, dedicado à memória e ao património, com preocupações ao nível da preservação do passado para propiciar o entendimento do presente.

A palavra Museu tem origem na Grécia antiga, o *mou-seion* de Atenas no Hélicon, que designava o Templo das Musas, as nove filhas de Zeus e de Mnemosine (deusa da memória), “consideradas as deusas protectoras da poesia, das ciências e das artes, que tinham como tarefa ensinar aos humanos aquelas coisas curiosas e dignas de serem conhecidas, tornando-se, assim, a fonte e a origem do museu”<sup>2</sup> (Hernández, 2006, p.18). Na verdade, ao acolher artefactos provindos do passado, o museu, desde o seu início, actuou como fonte e agente de transmissão de conhecimentos àqueles que a ele acediam.

O Humanismo renascentista, ao retomar valores e perspectivas provindos da estética clássica, encorajou o culto de coleccionar antiguidades, cópias, bem como o de criar *studiolos*, *cabinets*<sup>3</sup>, gabinetes e *gallerias*<sup>4</sup> para expor pinturas, esculturas e outros artefactos, tendência que se espalhou um pouco por toda a Europa. Criava-se assim um vínculo transmissor de outras culturas até àquelas que agora se dedicavam a recolher aqueles ícones e a partir deles construir uma sua representação. Num período da História em que a Europa estava a descobrir outras paragens e regiões longínquas com culturas distintas, era compreensível a curiosidade pelos objectos e pelos espécimes desses locais exóticos e praticamente desconhecidos. Em consequência, foram constituídas colecções de paleobotânica, zoologia, arqueologia e das artes de povos denominados primitivos. No entanto, estas colecções, apesar do seu valor científico e de obedecerem aos sistemas classificativos mais avançados da época, não se destinavam ao público em geral e continuavam a ser colecções<sup>5</sup> privadas.

Essas gabinetes ou *gallerias* ou *cabinets d'amateurs*, serviam para se efectuarem reuniões entre grupos de elite da sociedade seiscentista em que se debatiam assuntos de natureza intelectual e se fruía o prazer estético e espiritual outorgado pelo ambiente cir-

2] T.L. de: consideradas diosas protectoras de la poesía, de las ciencias y las artes, que tienen como tarea enseñar a los humanos aquellas cosas curiosas y dignas de ser conocidas, convirtiéndose, así, en fuente y origen del museo.

3] O *studiolo* é a palavra italiana equivalente à designação *cabinet* para uma pequena divisão profusamente decorada, reservada à leitura, ao estudo e à escrita. É geralmente um espaço relativamente privado (in [www.nationalgallery.org.uk/paintings/glossary](http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/glossary)).

4] *Galleria* é um espaço dedicado à exibição de peças de arte visual que, no seu início, no século XVII, era propriedade privada.

5] Colecção: conjunto de objectos materiais ou imateriais (obras, artefactos, mente-factos, amostras, documentos de arquivo, depoimentos, entre outros) reunidos segundo determinados critérios por uma instituição, um indivíduo ou um grupo de indivíduos. São classificadas, seleccionadas e conservadas num ambiente seguro e, geralmente, revelam-se a um público maior ou menor, consoante se trate de uma colecção pública ou privada (Goliot-Leté *et al.*, 2008, p.85).

cundante, tal como foi representado em pinturas flamengas coetâneas. Tratava-se de sessões de partilha de conhecimento, mas, ainda assim não abrangendo o grande público.

Só mais tarde nasceria na Europa a noção actual de museu considerado como espaço público onde se reúnem bens culturais significativos para a identidade de um país, uma região ou uma comunidade.

O *Ashmolean Museum*, de Oxford (1683), foi a primeira grande instituição museológica destinada a exposições públicas organizadas para propósitos educacionais. Porém, só no século XVIII, com as revoluções sociais (de que se destaca a Revolução Francesa de 1789), se disseminaram os museus nacionais caracterizados pela instalação dos bens patrimoniais em edifícios públicos e abertos ao público em geral, albergando colecções materiais consideradas representativas da identidade nacional, sendo neste período que abriram, por exemplo, o Museu Britânico (1759) e o Museu do Louvre (1792).

A disponibilização das colecções, antes particulares, ao grande público constituiu uma alteração fundamental no conceito de museu: a noção de colecção foi substituída pela de património que, nesta época, significava o conjunto dos elementos representativos da cultura material que era necessário preservar e transmitir para perpetuar a referida identidade nacional. Especificamente no que respeita aos museus focalizados em acervo artístico, as obras de arte agora a serem apreciadas sem restrições de visitantes vem dar um novo sentido a esta função transmissora do conhecimento, em particular no que respeita aos públicos mais jovens. Como diz Eisner (2004), “transformar o privado em algo público é um processo fundamental tanto na arte como na ciência. Ajudar os jovens a aprender a efectuar esta transformação é outro dos objectivos mais importantes da educação”<sup>6</sup> (Eisner, 2004, p.20).

Um outro factor distintivo entre a colecção privada e a dos museus tornados públicos consistia na inalienabilidade dos objectos: não podiam ser vendidos nem trocados porque pertenciam à nação. Aliás, actualmente seria mais correcto dizer-se que, de um ponto de vista imaterial, pertencem a um mundo global dirigindo-se, desejavelmente, a multiplicidade de públicos que

6] T.L. de: transformar lo privado en algo público es un proceso fundamental tanto en el arte como en la ciencia. Ayudar a los jóvenes a aprender a efectuar esta transformación es otro de los objetivos más importantes de la educación.

a eles podem aceder. Embora patrimonialmente possam manter esse vínculo nacional, o seu valor intelectual e estético e, portanto, educacional tem a potencialidade de ultrapassar fronteiras.

Os museus assumiam, pois, desde esses primeiros passos do período iluminista, um papel triplo: “educar o indivíduo, estimular o seu senso estético e afirmar o nacional” e caracterizavam-se por desempenhar um papel disciplinador dos “saberes, comportamentos, gestos e linguagem específica para a fruição dos bens” (Chagas, 2002, p.51).

Se se atender às bases teóricas e epistemológicas da museologia moderna verifica-se que elas foram construídas gradualmente, a partir de contribuições feitas por autores de diferentes áreas, disciplinas e escolas europeias que, através dos seus escritos e das suas obras, estabeleceram a génese da teoria museológica.

No princípio foi o desejo e a vontade de todos os povos em todas as culturas e civilizações de conservar o seu património para o futuro. Imediatamente depois foi a museografia, antes ainda que o museu propriamente dito<sup>7</sup> (Fernández, 2010, p.17).

Fernández (2010) define de modo singelo museologia como a ciência do museu, que se ocupa de tudo o que é relativo aos museus e traça o seu desenvolvimento desde o *Quattrocento* italiano, estendendo-se a outros países, entre os quais a França, a Alemanha, a Holanda, a Áustria e a Boémia com o alvor do Renascimento. Cerca de três séculos mais tarde, a sua propagação tornar-se-ia visível da Península Ibérica até aos países do Norte e do Leste da Europa, chegando às margens do Neva, em São Petersburgo, onde Catarina II colocou as suas colecções no Ermitage, construído em 1765.

A museologia viria a desenvolver-se a partir de três grandes escolas europeias, a britânica, a francesa e a germânica. A escola britânica, claramente marcada pelas filosofias do empirismo e do positivismo, bem como pela ideia de evolução cultural, de raiz Darwinista, concebeu o museu como uma instituição de pesquisa e progresso, dando-lhe uma orientação científica (Oliveras,

7] T.L. de: En el principio fue el deseo y la voluntad de todos los pueblos en todas las culturas y civilizaciones por conservar hacia el futuro su patrimonio. Inmediatamente después fue la museografía, antes incluso que el museo propiamente dicho.

2013). Neles se destacam a exposição de grandes colecções de referência de tipo naturalista, etnográfico e arqueológico. Esta orientação mantém-se até ao presente e assegura a sua actualidade nos dados a transmitir aos que acedem aos seus acervos.

A escola britânica, com peças providas da grande tradição colecionista da nobreza e da burguesia, viria a dar origem à aquisição nacional da colecção Hans Sloane, em 1753 por determinação parlamentar, vindo a constituir a fundação do Museu Britânico, exemplo da índole nacionalista e do propósito disseminador da cultura anteriormente mencionado.

Será ainda durante o século XIX que se começaram a desenvolver em muitas instituições britânicas as primeiras políticas de gestão do museu com uma visão focada no utente, com a integração de espaços de restauração e medidas para o conforto do visitante (*Victoria and Albert Museum*, 1865).

No que respeita à escola francesa, cujos principais representantes são Denis Diderot<sup>8</sup> e Jean d’Alembert<sup>9</sup>, autores da *Encyclopédie* ou *Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, o propósito de colecionista alia-se claramente à vontade de fazer chegar o conhecimento disponível em todos os seus formatos ao maior número possível de indivíduos. A própria enciclopédia que constitui um assinalável compêndio do conhecimento científico, técnico e artístico conhecido até à sua época, inclui também, no seu volume IX (1765) um programa de museu para albergar o *Musée Central des Arts* no Palácio do Louvre, em Paris.

Outra figura da denominada escola do Iluminismo francês foi Alexandre Lenoir<sup>10</sup> que, em plena Revolução Francesa, foi encarregue pela *Assemblée Constitutive Nationale* de criar um museu público que reunisse as numerosas obras de arte providas dos conventos e das igrejas salvas da destruição revolucionária e apresentá-las de forma muito inovadora para a época (Oliveras, 2013). A acção de Lenoir deu origem ao conceito moderno de “património cultural”, baseado na ideia de que os monumentos e os objectos devem ser preservados pelo valor intrínseco e patrimonial que vai para além da particularidade, da circunstância e do ímpeto estético, religioso ou político que motivou a sua criação original (Brandariz, 2008). Segundo Oliveras, “esta “reavalia-

8] Denis Diderot (1713-1784) foi um filósofo francês, escritor e crítico de arte. Participou na edição da *Encyclopédie* (1751-1772).

9] Jean d’Alembert (1717-1783) foi um filósofo, matemático e físico francês, que participou na edição da *Encyclopédie*, a primeira enciclopédia publicada na Europa.

10] Alexandre Lenoir (1761-1839), arqueólogo, autodidacta e curador do Museu dos Monumentos Franceses (1795) e, posteriormente, director da Igreja Real de St. Denis (1816).



ção” do património e da sua apresentação pública num museu, permitem a socialização universal da cultura”<sup>11</sup> (2013, p.104).

É de salientar, ainda um outro grande nome da escola francesa, Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc<sup>12</sup> pela sua pedagogia museológica traduzida na profusa utilização de modelos e reproduções dos diversos elementos arquitectónicos, ornamentais e decorativos para fundamentar as suas análises.

Também a escola alemã desempenhou um papel relevante no desenvolvimento das teorias museológicas. O aparecimento do termo museografia deve-se precisamente a um tratado da autoria de Friedrich Caspar Neickel (também conhecido por Eickel), *Museographia oder Anleitung zum Rechten Begriff und nützlicher Anlegung der Museorum oder raritätenkammer* [Museografia ou guia para o entendimento correcto e organização útil dos Museus ou Salas de raridades], publicada em 1727 sob o pseudónimo C F Neikelius.

Johann von Goethe<sup>13</sup> viria dar igualmente um valioso contributo através do seu artigo *Kunst und Altertum* [Arte e Antiguidade] (1821). Focalizado na destriça dos públicos receptores propõe a organização do espaço expositivo em zonas distintas consoante os propósitos informativos e formativos: uma área sintética e essencial para o público indiscriminado e outra mais desenvolvida para os já iniciados ou especialistas. A dupla articulação goethiana do museu seria parcialmente aplicada em 1886 no Museu de História Natural de Londres e aplicar-se-ia em pleno, em 1907, em outras duas instituições: o Museu Nacional da Baviera, em Munique, e o Museu de Belas-Artes de Boston e ainda no Museu de Filadelfia (EUA), entre 1920 e 1928.

O debate em torno do papel dos museus na sociedade reflectiu-se desde cedo nas opções relativas à aquisição, organização e exibição dos seus acervos. A actividade museológica teórica e prática, embora não tenha adquirido facilmente um reconhecimento universal unânime, veio a desenvolver como tópico fundamental a sua relação com as dinâmicas sociais, sobretudo patentes após as guerras mundiais, criando projectos e conceitos abrangentes tais como o ecomuseu ou a patrimoniologia<sup>14</sup> e formas mais abertas de levar os seus acervos a todos ou a maiorias. Nos

11] T.L. de: esta “revalorización” del patrimonio y su presentación pública en un museo, permiten una socialización universal de la cultura y constituyen las máximas aportaciones de la Revolución Francesa a la teoría museológica.

Destacado da autora.

12] Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc (1814-1879) arquitecto, arqueólogo e escritor. Autor de *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle* (1854-1868). Restaurou a cidade medieval de Carcassonne e o Castelo Roquetaillade, bem como edifícios religiosos de que se releva a Catedral de Notre-Dame em Paris.

13] Johann von Goethe (1749-1832) foi poeta, romancista, dramaturgo e filósofo. Com o filósofo e poeta Friedrich Schiller liderou a corrente do romantismo alemão conhecida como *Sturm und Drang*.

14] Entende-se aqui patrimoniologia como o estudo de tudo o que respeita ao património, isto é, o conjunto de obras humanas em que a comunidade reconhece os seus valores específicos e particulares e com os quais se identifica. [Heritage is that complex of man's works in which a community recognises its particular and specific values and with which it identifies.] The Charter of Krakow (2000). In <http://smarterheritage.com/wp-content/uploads/2015/03/KRAKOV-CHARTER-2000.pdf>.

anos 70 do século XX, um grupo de profissionais empenhados na preservação de objectos significativos para uma comunidade e à sua divulgação, junto dela ou para além dela, alargaram as funções sociais e culturais do museu. Para tal, procuraram envolver a comunidade nessa transformação, desde logo a partir da fase de selecção ou atribuição de valor patrimonial a cada objecto a ser seleccionado. Esta acção que Fortuna (2012) define como acto patrimonial na medida em que consagra

... determinados objectos, lugares ou práticas socioculturais (re)investidos de significado histórico, mesmo se despojados de qualquer vinculação constitutiva do que é a vida colectiva actual e, por igual, do que possam ter sido as suas funções e o seu significado no passado (Fortuna, 2012, p.24).

Assim, as novas directrizes focalizadas na constituição e projecção de um património puseram a ênfase na mobilização cultural da comunidade e na construção da memória social na medida em que os elementos escolhidos serão os mais representativos da comunidade envolvida, seja a um nível local ou global e reflectem o que se considera ser mais significativo para as futuras gerações (Avrami *et al.*, 2000).

Embora não tenham sido exclusivas para fins museológicos ou patrimoniológicos, também se revelaram pertinentes as invenções tecnológicas e ideativas exportadas pelos norte-americanos e canadianos, nomeadamente, novos modelos, equipamentos ou funções sócio-culturais e didácticas; a renovação teórica e prática dos novos espaços expositivos alemães, britânicos, franceses, holandeses e italianos; e os inquéritos sobre as recentes abordagens e funções do museu, realizados, sobretudo, por escolas museológicas/patrimoniológicas. Tudo isto viabilizou a aproximação entre públicos e os acervos para eles conservados e apresentados, fazendo dos museus e instituições afins fontes de conhecimento a serem percebidas em moldes diversos consoante os grupos neles interessados, fosse em fase formativa (crianças e jovens), fosse em fases posteriores.

Actualmente considera-se que os museus podem fornecer um conjunto significativo de benefícios sociais e culturais para a população local onde são estabelecidos, entre os quais: a preservação e a conservação do património natural e cultural; servir como foco cultural e espaço de partilha de memória, representando a história e a cultura de grupos minoritários (Ambrose & Paine, 2010). Numa outra vertente, actua como espaço educativo para alunos de todas as idades e, através do contacto com as obras, proporciona oportunidades de envolvimento em trabalho de equipa, programas de voluntariado e/ou formação. Como diz Eisner (2004) em relação à obra de arte e ao contacto com ela, “uma função cognitiva das artes é ajudar-nos a aprender a observar o mundo (...) a arte oferece-nos as condições para que despertemos para o mundo que nos rodeia e neste sentido as artes oferecem-nos uma maneira de conhecer”<sup>15</sup> (Eisner, 2004, p.27).

Ainda segundo Ambrose & Paine (2010) os museus constituem um espaço privilegiado para organizar eventos e actividades culturais, ou seja, de expor das maneiras mais apelativas e esclarecedoras os seus objectos, assim criando modos educativos informais que podem revelar-se de extrema eficácia num mundo em que as sociedades se constituem em variedade étnica e económico-social.

Porém, para ser bem-sucedido na concretização de tais benefícios sociais e culturais, os museus precisam de ser geridos de forma eficaz e bem financiados. Tem-se vindo a desenvolver uma consciência crítica sobre a potencial intervenção política dos museus, bem como do seu envolvimento histórico na manutenção das hierarquias sociais e dos valores que imbuem a comunidade a cada momento. “Perguntas sobre a quem pertence a cultura que está a ser retratada ou transmitida em museus e quem e para quem é que está a ser retratada ou transmitida, são ouvidas em todos os países do mundo”<sup>16</sup> (Ambrose & Paine, 2010, p.18). Estas questões levantam algumas dúvidas aos utilizadores sobre as missões e os valores dos museus, sendo frequentemente necessário ser-lhes explicados e, inclusive, adaptados à sua cultura.

Os visitantes dos museus estão cada vez mais interessados em ganhar um maior grau de identificação com as obras, sobretu-

15] T.L. de: una función cognitiva de las artes es ayudarnos a aprender a observar el mundo (...) el arte nos ofrece las condiciones para que despertemos al mundo que nos rodea. En este sentido, las artes nos ofrecen una manera de conocer.

16] T.L. de: Questions about whose culture is being portrayed or transmitted in museums and who is portraying or transmitting it for whom are to be heard in countries throughout the world.

do em sociedades multiculturais, grupos de minorias étnicas ou outros tradicionalmente sub-representados, como, por exemplo, as mulheres e as crianças. Estes temas, anteriormente descurados, estão a ser alvo de maior procura por parte de um público, também ele pertencente às referidas minorias, que deseja ver a sua cultura específica devidamente apresentada por meio de monitores, exposições, colecções e bancos de dados.

Os que visitam os espaços expositivos, em museu ou em área aberta, esperam envolver-se mais nas actividades e nas iniciativas várias das entidades responsáveis, concretizando esse envolvimento de diversas formas: através de voluntariado, participação em comissões de gestão, grupos de trabalho ou ajuda na angariação de fundos.

As estruturas expositivas vêem-se compelidas a dar resposta a questões de crescente importância como as educativas, as sociais e as cívicas. Estas orientações estruturais obrigam a rever a missão e os objectivos programáticos dos museus, a par de preocupações em torno da sustentabilidade económica da instituição, exigindo tudo isto modelos de gestão mais especializados.

Consequentemente, a museologia torna-se uma área cada vez mais multidisciplinar, recorrendo aos contributos provenientes das diversas esferas do saber (das ciências naturais e exactas às ciências sociais e à gestão, passando pelas disciplinas artísticas), dando um claro sinal da complexidade dos projectos e das obrigações que se colocam aos museus (Babo *et al.*, 2007).

Anualmente, milhões de pessoas visitam os museus espalhados pelo mundo. O crescente interesse pelas colecções e pelas exposições das obras de arte, quer permanentes, quer temporárias, traduziu-se num aumento exponencial do número de museus existentes.

O museu actua desejavelmente como mediador relativamente aos visitantes, constituindo o seu espaço e os seus programas uma possibilidade de afirmação, valorização e mesmo de promoção da identidade local ou nacional, por realçar e interpretar os seus aspectos distintivos, bem como os elementos de diferenciação do seu território e das suas gentes quando se justifique.

No caso dos museus comunitários, os habitantes locais e

a sua cultura são, em regra a sua primeira e a principal preocupação. São, simultaneamente, o público e o dinamizador, para a abertura e valorização no que respeita às singularidades locais. Neste sentido, e através da introdução destes elementos de valorização e diferenciação, propõe-se que o museu constitua uma via de abertura e desenvolvimento da comunidade e um factor de promoção da cultura local e regional, numa lógica de desenvolvimento integrado e de coesão social de modo a garantir a sustentabilidade territorial futura (Babo *et al.*, 2007).

Ao reflectir sobre a identidade local, não se pode deixar de referir a importância da noção de cultura e da sua estreita relação com as pertenças, os enraizamentos e as afectividades relativamente ao território e ao local habitado. A cultura pode ser entendida como um instrumento para o desenvolvimento, um fim desejável, passível de dar sentido à própria existência humana através de iniciativas que envolvam as pessoas e os recursos materiais de uma comunidade (Guerra P. & Quintela, 2007).

Actualmente, e partindo das actividades culturais, artísticas e criativas, é possível explorar soluções inovadoras no fomento da participação social dos agentes, novos formatos educativos/formativos, valorizar a componente do lazer nas vivências quotidianas, de apoio social, etc (Guerra P. & Quintela, 2007, p.1).

Assim sendo, para Guerra P. & Quintela (2007, p.3), “a Cultura assume-se como uma alavanca fundamental no acesso a um patamar mínimo de qualidade de vida nas grandes cidades, numa lógica de desenvolvimento integrado” que pode encontrar uma via de concretização no museu comunitário. Este deve ancorar-se no estabelecimento de mecanismos que o tornam permeável à sociedade que o acolhe e o detém.

Efectivamente, a comunidade deve encontrar motivos para se identificar com o museu que acolhe e com a filosofia do seu projecto: a sua lógica, a sua razão de ser, os benefícios que pode trazer para a dita comunidade, o património que dela conserva e o modo como pode participar na sua consolidação e difu-

são local, regional, nacional e internacional.

É necessário o museu comunitário ou de âmbito nacional, ter estratégias que permitam ao público dialogar com as obras expostas que reflectem os feitos históricos, os avanços científicos ou as tendências artísticas da comunidade que, no entanto, se encontram em evolução, exigindo uma reinterpretação constante. O museu deve optar por um projecto flexível que vai ao encontro dos interesses comunitários, de modo a adequar-se ao fluxo cultural, político e tecnológico próprios de uma sociedade líquida recorrendo à expressão de Zygmunt Bauman<sup>17</sup> (2001) para caracterizar as sociedades dos finais do século XX e início do século XXI.

17] Zygmunt Bauman (1925 - 2017) foi sociólogo, pensador, escritor e professor emérito de sociologia das universidades de Leeds e Varsóvia. Criou a expressão “Modernidade Líquida” para classificar a fluidez das relações do mundo contemporâneo.

18] T.L. de: Nosotros creemos que el momento actual demanda una verdadera democratización de la cultura. (...). Cualquier estrategia diseñada, por el museo para conseguir la participación de la sociedad debe centrarse en procesos participativos que faciliten el diálogo entre las personas y los objetos.

19] T.L. de: Si existe un ámbito de aprendizaje capaz de implementar estrategias educativas y de ocio dirigido a personas de todas las edades y condiciones, nos atrevemos a afirmar que este es el museo.

Acreditamos que o momento actual procura uma verdadeira democratização da cultura. (...). Qualquer estratégia concebida pelo museu para garantir a participação da sociedade deve concentrar-se em processos participativos que facilitem o diálogo entre pessoas e objectos<sup>18</sup> (Navarro & Riera, 2012, p.19).

Para promover o diálogo referido pelos autores supracitados, entre pessoas e acervo museológico é importante a forma como se expõem as obras e como se guia o visitante pela exposição construída de modo a transmitir informação de forma cativante. “Se há um ambiente de aprendizagem capaz de implementar estratégias educacionais e de entretenimento destinadas a pessoas de todas as idades e condições, ousamos dizer que este é o museu”<sup>19</sup> (Navarro & Riera, 2012, p.31).

Numa perspectiva mais abrangente, a exposição, quer em ambiente de museu, quer em áreas mais diversificadas e abertas, deve ser constituída por objectos e textos de apoio, tais como legendas, painéis de entrada de sala, etc., de modo a equilibrar a harmonia expositiva. Almeja-se, assim tornar não só apelativo o conjunto de elementos patrimoniais que se oferecem ao olhar do observador, mas que estes constituam dados carregados de informação sobre quem somos no presente e porque motivos somos deste modo e não de outro. Os caminhos de chegada constituem, na verdade pontos de partida para que as novas gerações possam

caminhar num sentido progressivo. Foi com este propósito que o “Projecto Moro Aqui ao Lado” veio expor em espaço público acervos comunitários que, não cabendo no museu mais conservador, conferem sentido e imbuem de esperança grupos sociais até ao presente a sofrerem marcas de marginalização.





### 3.2 OUTRAS ABORDAGENS EXPOSITIVAS

A relação entre espectador e criador de qualquer obra do foro artístico significa naturalmente uma experiência estética que, como diz Jauss (2002), é uma experiência complexa, na medida em que possibilita o gozo do belo visto de diferentes perspectivas. Interessa sublinhar a vertente comunicativa de que está imbuída a experiência estética. Na verdade, entre o criador de qualquer expressão artística ou potencialmente artística e os seus receptores verifica-se, segundo Jauss (2002) uma identificação por vezes associativa que induz uma partilha da experiência condutora ao reconhecimento de códigos sociais e normas a serem aceites ou repudiadas (Jauss, 2002, p.87-88). Neste sentido as tácticas adoptadas para porem em comunicação criadores e receptores de arte impulsionaram a reflexão sobre outras formas de mostrar os objectos coleccionados, permanente ou transitoriamente, de modo a sensibilizar públicos até aí alheios a este diálogo.

A nova museologia, surgida no início dos anos 80 do século XX, propôs-se desenvolver novas formas comunicacionais entre o património museológico e os seus destinatários através de uma postura mais participativa no plano sócio-cultural. Este esforço de envolver públicos vários numa tomada de consciência de algo que ultrapassa a necessidade do trabalho para a subsistência e se focaliza na fruição do belo como veículo de uma vivência mais plena onde a identidade individual e colectiva ganham um peso acrescido:

A libertação por meio da experiência estética pode efectuar-se em três planos: pela consciência produtiva, ao entender o mundo como sua própria obra; pela consciência receptiva, ao aproveitar a possibilidade de perceber o mundo de outra maneira, e finalmente – e deste modo a subjectividade abre-se a experiência intersubjectiva –, ao aprovar um juízo exigido pela obra ou na identificação com as normas de acção traçadas e que ulteriormente haverá que determina<sup>20</sup> (Jauss, 2002, p.41).

20] T.L. de: la liberación por medio de la experiencia estética puede efectuarse en tres planos: para la conciencia productiva, al engendrar el mundo como su propia obra; para la conciencia receptiva, al aprovechar la posibilidad de percibir el mundo de otra manera, y finalmente – y de este modo la subjetividad se abre a la experiencia intersubjetiva –, al aprobar un juicio exigido por la obra o en la identificación con las normas de acción trazadas y que ulteriormente habrá que determinar.

21] Veja-se o trabalho desenvolvido por Georges H. Revière (responsável pelo *Musée National des Arts et Traditions Populaires* de Paris).

A asserção de Jauss (2002) pode estender-se a experiências intelectivas, também tocadas por alguma emoção estética ou uma consciência vivencial no domínio da ética. Exemplos desta abrangência são o trabalho desenvolvido em ecomuseus<sup>21</sup>.

Este novo rumo das técnicas expositivas fomentadas pela nova museologia visa, precisamente, suscitar a participação da(s) comunidade(s) nas iniciativas desenvolvidas para melhor partilhar os objectos conservados e classificados pelos responsáveis da instituição museológica.

Marc Maure (1995) define esta nova museologia como “um fenómeno histórico” e um “sistema de valores, uma museologia de acção”, que pode ser traduzida em parâmetros como os seguintes: democracia cultural, isto é, há que preservar e valorizar a cultura própria de cada grupo minoritário ou não no território nacional; consciencialização da comunidade quanto à existência e ao valor da sua própria cultura; pluridisciplinaridade e focalização na comunidade e no território; um novo modelo de trabalho do museu interactivo e aberto a todos os elementos da sociedade.

A exposição no novo museu coloca a ênfase no diálogo que se visa estabelecer entre o responsável pela exposição dos objectos seleccionados de tal forma que ela constitua uma linguagem visual utilizada e praticada por todos na vida quotidiana. “Subjacente a esta nova abordagem da museologia está o intenso desejo que o museu assuma um papel pedagógico activo, intimamente associado a uma forte participação cívica” (Babo *et al.*, 2007, p.4). A tónica nos modelos expositivos mais actuates em relação aos receptores torna-se preocupação evidente na mostra da obra de arte em qualquer espaço em que a relação formativa possa ter lugar, como se verifica nas iniciativas promovidas com os participantes (e visitantes) do “Projecto Moro Aqui ao Lado”.

As propostas expositivas avançadas no âmbito da museologia têm, portanto, tentado acompanhar as mudanças da sociedade e para isso têm sido utilizadas novas abordagens de comunicação com o seu público com o intuito de promover a sua acção pedagógica e educativa sem, no entanto, reduzir esse potencial a um mero serviço (Silva, 1999).

Nas exposições museológicas de museus tradicionais exis-

tia “o uso desmedido de uma infinidade de colecções sendo expostas apenas, para justificar perante a sociedade a existência das mesmas” (Silva, 1999, p.79), confirmando assim o seu aspecto coleccionista e elitista quando escolhidos determinados objectos.

Em contraste alguns museus construídos ou remodelados nas décadas de oitenta e noventa do século XX, inseridos ou não no conceito da nova museologia, adoptaram metodologias expositivas inovadoras, revelando-se assim autênticos marcos de consagração das técnicas museográficas e de uma tecnologia aplicada quase revolucionária e, sobretudo, de dinamismo e projecção sócio-cultural igualmente inimitável.

A exposição em museus e a fotografia comungam de princípios e objectivos que vêm na linha da nova museologia nomeadamente, a preocupação em captar momentos específicos no tempo, utilizando os materiais de que dispõem para o fazer: por meio de um negativo, no caso da fotografia, ou através de elementos representativos da sociedade, no caso da exposição museológica. A fotografia, ao longo dos anos, teve muitas transformações, mas nunca perdeu a sua função principal, o registo. A exposição em museu ao longo dos anos também “não perdeu as suas funções, entre elas a de registar” (Silva, 1999, p.86).

Acresce que em ambos os casos se verifica uma experiência estética que, segundo a teoria de Dewey (1934/2012)<sup>22</sup>, é sempre um processo de enriquecimento e aperfeiçoamento associado ao real pragmático:

O aperfeiçoamento, em estética, significava não apenas que a arte devia ser desenvolvida de maneira a enriquecer a nossa experiência, mas também que pertencia à estética fornecer um agulhão crítico para uma intervenção activa destinada a tal (acrescentando por seu turno a nossa experiência da arte e a do mundo em toda a sua abrangência), em vez de se limitar às abstrações escolásticas separadas das realidades concretas e dos conflitos da cultura contemporânea<sup>23</sup> (Dewey, 2012, p.15).

22] Edição no original Dewey, J. (1934). Art as Experience In *The Collected works of John Dewey. The Later Works*, Vol.10. Carbondale: Southern Illinois University Press. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Dewey, J. (2012). *L'art comme expérience*. Collection Folio essais (n° 534). Trad. Jean-Pierre Cometti et alii. Saint-Amand-Montrond: Gallimard. Paidós.

23] T.L. de: Le méliorisme, en esthétique, signifiait non seulement que l'art devait être développé de manière à enrichir notre expérience, mais aussi qu'il appartenait à l'esthétique de fournir un aiguillon critique pour une intervention active destinée à cela (en accroissant à la fois notre expérience de l'art et celle du monde dans tout son étendue), au lieu de se limiter à des abstractions scolastiques détachées des réalités concrètes et des conflits de la culture contemporaine.

Se a fotografia utiliza a máquina fotográfica como instrumento de registo e fomentador de uma experiência estética a ser fruída pelo sujeito criador, o responsável pela exposição em museu utiliza o seu espaço e o seu acervo para o mesmo fim e “não nos cabe aqui distinguir em que tipo de museu/máquina fotográfica, nos estamos a basear” (Silva, 1999, p.84). O importante em ambos os casos é o sentido representacional dos elementos a ser dado pelo homem como fautor da fotografia ou da exposição. No entanto, em ambas as circunstâncias a atenção às influências externas ligadas ao respectivo trabalho é essencial. Segundo Silva (1999), a fotografia e o objecto ou objectos a serem apreciados transmitem a mesma ideia de cristalização do momento e afirmação para o público ao serem experienciados como estímulos para um aperfeiçoamento individual e da sociedade. Silva (1999) considera que a fotografia e o objecto museológico, por serem documentos epocais, têm um valor incontestável. Todavia, eles constituem simultaneamente testemunhos fragmentados de uma realidade vivida, sujeitos a várias interpretações. Isto é, tanto o objecto a expor como a fotografia, quando transportados para outro local, podem ganhar outro significado e outra interpretação.

#### **Processos Organizativos**

As práticas expositivas dos objectos coleccionados em museus encontram-se em processo de mudança para um futuro modelo ainda desconhecido. Já não basta manter e exhibir objectos para serem contemplados pelo eventual observador, passando a sublinhar-se o que Jauss (2002) designa por função comunicativa com especial ênfase na função educativa, alicerçada na interacção entre criadores, organizadores e públicos, agora associados numa categoria única de participantes.

A primeira grande mudança que as exposições nos museus modernos assinalaram consistiu, de facto, no desvio das atenções do objecto para o observador, isto é, as exposições deixaram de ser apenas sobre algo para serem para alguém. Mais recentemente, as mudanças focalizaram-se na transformação do conceito de visitante em colaborador.

A colaboração de vários agentes inerente a qualquer iniciativa de exposição é complexa e muitas instituições não têm analisado ou avaliado adequadamente o modelo dessas parcerias, tendo mantido o foco mais no produto final, o que pode ser agradável, mas não suficiente. Exibir cultura material num belo cenário é, sem dúvida, interessante; no entanto, os financiadores, a comunidade e a sociedade podem criar expectativas mais elevadas que devem ser tidas em conta.

Essas expectativas apontam de novo para as questões processuais e autorais não só em termos de execução hábil, mas também de todo o processo táctico de criação e avaliação. Os autores, com perfis distintos, alguns com muitas décadas de trabalho em instituições e empresas na profissão, bem como os estudantes da área detectaram os requisitos mais importantes: entender o processo subjacente; encontrar práticas interessantes de realizar o trabalho em equipa e garantir que os visitantes das exposições estejam no centro de todas as decisões.

Partindo dessa perspectiva de que o visitante é o centro de todas as decisões, segundo McKenna-Cress & Kamien (2013), existem processos de colaboração para o desenvolvimento e para a concepção de exposições de qualquer tipo, que podem ajudar a dissipar possíveis receios de fracasso, que surgem com práticas novas ou complexas: o medo da mudança, de ofender alguém, de não saber o que fazer, e claro, o medo de perda de credibilidade.

McKenna-Cress & Kamien (2013) consideram que existem boas práticas e várias medidas que podem ser tomadas para utilizar melhor os recursos existentes, tanto humanos como financeiros, para criar exposições com uma visão de futuro, ou seja, onde o visitante se sinta envolvido.

A maioria das exposições alvo de apreciações positivas são exemplos finais das relações transversais e multidisciplinares dos projectos. A sua criação exige diversas pessoas com múltiplos pontos de vista e diversos conjuntos de aptidões durante todas as fases de desenvolvimento, dando assim resposta a visitantes que provêm de diferentes origens e culturas e chegam às exposições com bases de conhecimento e interesses variados.

Os visitantes são os colaboradores charneira e as suas opi-

niões e necessidades devem ser consideradas na elaboração da experiência. Como a sociedade está a centrar-se cada vez mais no utilizador/cliente e as oportunidades de ter acesso às suas opiniões são mais fáceis, deve tirar-se partido dessas informações. A indústria de entretenimento preocupa-se com os seus públicos e em satisfazer as suas expectativas. Os museus e outros espaços expositivos têm de ter idêntica preocupação, pugnando pela atenção e pela satisfação do público, procurando para tal obter a sua colaboração ao elaborar exposições.

24] T.L. de: if we don't collaborate we can't evolve and may not even survive.

Na verdade, para o desenvolvimento do design de exposições, a colaboração é o elemento chave no plano de qualquer equipa para chegar a soluções elegantes e criativas que envolvam diversos públicos de visitantes. “Se não colaborarmos, podemos não evoluir e podemos mesmo não sobreviver”<sup>24</sup> (McKenna-Cress & Kamien, 2013, p.7).

No século XXI exige-se um conjunto de capacidades em que se devem incluir o pensamento crítico, a comunicação, a solução criativa dos problemas e a colaboração. Vêm-se estas necessidades, não só a emergirem na educação, como também em narrativas mais complexas, como filmes, teatro, jogos ou em grandes negócios.

A colaboração não é algo que ocorra naturalmente. Para a maioria das pessoas é um comportamento aprendido, embora nem todas as decisões impliquem necessariamente um acordo unânime. Os participantes num processo de colaboração precisam de compreender as diferentes formas de envolvimento no grupo, os potenciais modelos de trabalho de equipa e como os seus comportamentos podem afectar o desenvolvimento do processo. Em seguida, serão abordados os métodos de colaboração e, as funções e recursos, que se podem ter em consideração nos processos organizativos de uma exposição que utiliza procedimentos colaborativos.

#### **Métodos de Colaboração**

Existem distinções subtis, mas importantes, para compreender como a colaboração funciona, identificando-se diferen-

ças entre os modelos estruturais de “colaboração” e de “trabalho em equipa”. Num modelo colaborativo, o indivíduo trabalha em conjunto para alcançar uma interacção com as ideias de outro indivíduo, contribuindo através de reflexões, conhecimento e experiências para a criação de algo novo. O trabalho em equipa é bem ilustrado através de uma analogia com o beisebol: os jogadores da equipa têm as funções claramente definidas, cada um demonstra em separado o seu esforço com um objectivo em comum, o de ganharem o jogo. Apesar de os jogadores terem funções diferentes em campo, juntos complementam-se. A consciência dos métodos em que estão envolvidos e a função de cada participante ajuda a equipa a ter confiança e a prosseguir.

Os dois modelos acima gizados aplicam-se aos métodos de trabalho adequáveis à criação de exposições. O colaborativo, em que se enquadra o “Projecto Moro Aqui ao Lado” (ver capítulo IV), discute e define a missão, os objectivos e o público para a exposição. Uma vez que esses critérios são estabelecidos, a equipa pode avançar e produzir os resultados individuais, como sejam: tratamentos gráficos, roteiros, elementos multimédia, estratégias de marketing e assim por diante, que vão apoiar os resultados estabelecidos pela colaboração.

Existem, porém, diversos modelos de colaboração e o núcleo de todos é o ideal que cada um apoia. Segundo McKenna-Cress & Kamien (2013) os modelos seguintes funcionam bem em diversas áreas de actividade: a) Grupo Central de Colaboração, b) Colaboração Visionária e c) Uma Maior Finalidade de Colaboração.

#### **a) Grupo Central de Colaboração**

O grupo central de colaboração constitui um dos modelos mais utilizados, consistindo num pequeno grupo com agilidade com uma forte visão colectiva do que o projecto necessita para prosseguir, ainda que os membros possam variar nos métodos que utilizam para alcançar o mesmo ideal. Os membros encorajam-se uns aos outros de forma a prolongarem os seus limites e descobrirem as melhores soluções. O grupo central tipicamente traz colaboradores externos para tecerem críticas fundamentais por forma a concretizar a visão e melhorar os resultados.

### **b) Colaboração Visionária**

Neste modelo, um único visionário lidera o grupo, o que parece à primeira vista contraditório num processo de colaboração. A distinção reside no facto do visionário precisar de colaboradores para partilhar a sua paixão, para entender a visão que tem e para o apoiar no desenvolvimento do projecto a ser realizado. Este modelo está dependente da figura do visionário e do seu reconhecimento como líder de colaboração e não como um ditador.

### **c) Uma Maior Finalidade de Colaboração**

Este modelo baseia-se numa visão forte e clara, os objectivos são facilmente entendidos por muitas pessoas; é externo e público, não é personificado por um visionário, mas dirigido para questões sociais e necessidades atingíveis. Contudo, as metas são claras, os meios para se chegar lá são precisamente o trabalho colaborativo. Este modelo tem mais de que um parceiro institucional.

A título de exemplo de aplicação ao presente projecto de design social dos modelos colaboracionais tal como definidos por McKenna-Cress & Kamien (2013), há que, referir que, por vezes, pode ser necessária uma simbiose de dois dos modelos delineados. No projecto em estudo partiu-se de uma estrutura mais identificada com a proposta c) uma maior finalidade de colaboração na medida em que o projecto de trabalho foi apresentado a diversas entidades que entenderam claramente tanto o projecto em si como os seus objectivos, em especial pelo peso de contributo societal que ele comportava e que, naturalmente, exigia trabalho em colaboração. Contudo, não é despiciendo o facto de ter partido de um visionário (proposta b) de quem o projecto germinou e se desenvolveu, inclusive no estabelecimento dos contactos com todos os que posteriormente passariam a integrá-lo em graus diversos.

### **Funções e Recursos**

O primeiro passo em qualquer processo colaborativo é estabelecer funções, calendários, orçamento e recursos. Quando um destes elementos não está claro pode instalar-se a discórdia. To-



dos os participantes devem entender os parâmetros e concordar com as necessidades, as regras e os comportamentos que definem como a equipa irá trabalhar em conjunto, assim fomentando relações de confiança mútua.

Uma colaboração bem-sucedida não é baseada na amizade nem em relações familiares ou de diversão, mas no estabelecimento de laços de respeito mútuo, uma hierarquia de equipa clara, factores que se irão reflectir no processo e nas metas estabelecidas.

### **Modelos Adoptados**

A exposição constitui uma das funções essenciais do museu, mas actualmente a própria noção de espaço expositivo vai para além das paredes do museu físico; a cidade cada vez com mais frequência assume-se como um potencial museu aberto e abrangente. Na verdade, expor é o acto de abrir ao público o acesso e o contacto com uma selecção de objectos científicos, artísticos ou de outra natureza que terão potencialidade de interagir e transformar aqueles que os percebem. A exposição é por isso o acto mais social e que melhor define instituições e responsáveis pelo reconhecimento e pela manutenção do património colectivo.

Embora com idênticos propósitos educativos e de difusão cultural, no caso específico do museu podem coexistir uma exposição de carácter permanente com outras com limites temporais e objectivos temáticos bem definidos. No primeiro caso estamos perante uma exposição de colecção ou colecções, enquanto no segundo pode tratar-se de uma colecção ou de exemplares provenientes de várias colecções, mas organizados em torno de um tema específico. Porém, como defende a nova museologia, a exposição em si é um dos factores preponderantes na relação a estabelecer com os públicos, seja no espaço tradicional do museu, seja em locais seleccionados de acordo com as lógicas temáticas do acervo a expor. “A exposição é a função que permite ao museu realizar de modo específico a missão cultural e educativa” (Rocha-Trindade, 1993, p.138).

A exposição é, pois, um dos meios mais importantes de

conhecimento e consciencialização social e estética de que o museólogo ou o educador dispõe, um método de trabalho essencial de aproximação e diálogo com a comunidade e no seio da comunidade (Fernández & Fernández, 2012).

Vivemos na era da comunicação, da imagem e do visual. Ora a exposição é um meio comunicacional e um instrumento essencial de educação e transmissão de cultura. Ao ser elaborada uma exposição estabelece-se um canal de diálogo com os públicos, apresentando-lhes um conjunto patrimonial e/ou artístico, promove-se a investigação científica, a experiência estética e desenvolvem-se competências didácticas, entre outras. Para Rocha-Trindade (1993), a organização de uma exposição em que é apresentado património cultural, móvel, ou imóvel, depende de dois dados essenciais: o estudo dos objectos e o conhecimento dos interesses dos destinatários. Pode expor-se de modos diversificados conforme as situações, natureza dos objectos e modalidades do discurso: em exposição permanente; em exposição temporária; e em exposição itinerante ou exposição *in situ*.

A concepção/realização de uma exposição passa por algumas fases, nomeadamente: a escolha do tema; o orçamento; a constituição da equipa de trabalho; a selecção dos objectos; a investigação; o restauro, quando os objectos não se encontram em bom estado; a análise e síntese dos resultados da investigação; a elaboração do programa científico; a definição do percurso; o projecto; a construção do espaço adequado à organização ideológica da mensagem a transmitir; a preparação e a edição do catálogo; a montagem da exposição; a divulgação; a inauguração e a avaliação.

O conteúdo de uma exposição é distribuído de diversas formas num espaço onde os visitantes podem circular e determinar o seu próprio percurso. Mesmo que a exposição tenha uma porta de entrada e outra de saída, a experiência vivida pelo público nem sempre é linear, devido às escolhas que vai fazendo ao longo do itinerário. Pode mover-se para a frente e para trás de acordo com os seus interesses, localização dos objectos, ou acompanhar a fluidez do resto do público.

O facto de o visitante fazer o seu percurso de forma livre pode ser considerado um problema para se fazer uma exposição

com sequência; contudo, esta opção também pode trazer benefícios, fazendo-o descobrir de forma autónoma e surpreendente o conteúdo da exposição e assim proporcionar-lhe uma experiência memorável, no sentido que Dewey (2012) atribui a esta designação: algo em que a vertente estética não pode estar dissociada da intelectual, tornando-se assim completa, na interacção do sujeito com um pedaço do mundo que apreende (Dewey, 2012, p.80-114).

A escolha dos objectos a serem apresentados e o modo como o devem ser é também um passo importante. “Não existem receitas rígidas para a concepção-realização de uma exposição”, diz Rocha-Trindade (1993, p.140). Ela depende essencialmente da temática, dos objectivos, dos objectos a serem expostos, do espaço, do percurso, dos materiais de suporte e das técnicas de comunicação adoptadas. No caso de objectos de arte, segundo Eisner (2009) “a educação nos museus, por exemplo, é um modo de utilizar as obras de arte para dar forma à experiência humana e assim dar forma à maneira de sentir e pensar das pessoas. A satisfação estética é um dos resultados desse esforço”<sup>25</sup> (Eisner, 2009, p.13).

A equipa de trabalho responsável por uma exposição pode incluir peritos de diversas áreas como o educador/pedagogo, o museólogo, o investigador, o arquitecto de interiores e/ou designer, o técnico de restauro, os técnicos auxiliares de museografia, o carpinteiro e o electricista entre outros. Todavia, é pertinente determinar quem assume a liderança da equipa e assegura a articulação entre todos os seus membros.

O programa científico da exposição compreenderá o seguinte: “o itinerário, os objectos seleccionados, os documentos iconográficos (fotografias, desenhos e gravuras) e outros materiais complementares que ajudem a interpretar os objectos escolhidos, textos, catálogo, cartaz, actividades de extensão cultural e educativa” (Rocha-Trindade, 1993, p.141).

Segundo McKenna-Cress & Kamien (2013) existem três características essenciais e singulares que definem a exposição como veículo de comunicação. Os designers de exposições devem pelo menos reunir uma ou mais das seguintes características:

- a) Material Real (objectos/colecções);
- b) Experiências Autênticas (internas e externas);

25] T.L. de: La educación en los museos, por ejemplo, es un intento de utilizar las obras de arte para dar forma a la experiencia humana y así dar forma a la manera de sentir y de pensar de las personas. La satisfacción estética es uno de los resultados de ese esfuerzo.

c) Espaços Sociais (discussão e partilha de ideias dentro e fora de grupos de visitantes).

#### a) Material Real

Os bens mais óbvios a serem mostrados ao público são os objectos, os artefactos que, considerados conjuntamente, constituem uma colecção ou definem um tema. Objectos reais têm um poder mais forte nos receptores, porque são autênticos, sendo que os objectos reais também estão ligados a histórias reais que podem ter mais impacto nos que os contemplam e correspondem à noção de experiência como uma unidade:

A existência desta unidade é constituída por uma só característica que impregna a experiência inteira apesar da variação das partes que a constituem. Esta unidade não é nem emocional, nem prática, nem intelectual, pois estes termos designam distinções que a reflexão pode fazer ao interior desta unidade. No discurso a propósito de uma experiência, devemos utilizar estes adjectivos que são adequados à interpretação<sup>26</sup> (Dewey, 2012, p.83).

26] T.L. de: L'existence de cette unité est constituée par une seule caractéristique qui imprègne l'expérience entière en dépit de la variation des parties qui la constituent. Cette unité n'est ni émotionnelle, ni pratique, ni intellectuelle, car ces termes désignent des distinctions que la réflexion peut faire à l'intérieur de cette unité. Dans le discours à propos d'une expérience, nous devons utiliser ces adjectifs qui sont propres à l'interprétation.

Contudo, existem objectos que não têm um valor óbvio inerente e, nesse caso, é necessária ainda mais a ajuda do designer e da sua equipa para contar a história e preparar a interpretação após a experiência vivida por cada visitante. A justaposição do objecto com a comunicação do seu contexto traz substância para o seu significado tornando-o mais profundo. O trabalho do designer consiste em compreender o poder do contexto do objecto, tanto física como conceptualmente, e explorá-lo ao máximo, usando as suas competências criativas como intérprete sensorial e dos potenciais interesses do visitante, sendo também o seu tradutor.

Outro elemento conferidor de autenticidade reside no local onde a exposição é realizada, o sítio ou o edifício, que pode estar imbuído de um poder especial devido à sua localização, evocando um significado que pode contribuir para a própria exposição. Normalmente estes espaços estão ligados a uma pessoa, a um evento, a um dado cultural ou do património ou a sítios históricos. Aqui o desafio consiste em conjugar o poder do espaço com o do objec-

to ou objectos e demonstrar o seu significado com a exposição em curso para experienciar a obra de uma forma esteticamente significativa. Como explica Eisner: “... quando falo de esteticamente significativa refiro-me a perceber uma obra de arte de tal forma que a qualidade de vida que gera desperta um sentimento pessoal. É algo semelhante a uma viagem emocional”<sup>27</sup> (Eisner, 2009, p.16).

### **b) Experiências Autênticas**

Segundo McKenna-Cress & Kamien (2013) as experiências autênticas implicam a possibilidade de propiciar ao público oportunidades de experiências que não acontecem frequentemente no seu quotidiano, o público ligar-se-á de modo mais directo e fácil ao conteúdo da exposição.

Os ambientes imersivos, também são outra forma de envolver o público e consistem na recriação de espaços trabalhados de maneira a simularem um ambiente natural, uma época, ou uma experiência que os visitantes só assim teriam oportunidade de vivenciar, tais como, as florestas tropicais e o meio subaquático do oceano, ou o andar na lua. Exemplo desta tipologia de experiência são as visitas a recriações de feiras mediavais, por exemplo em Óbidos ou Palmela, uma ida ao planetário ou uma experiência de guerra de trincheiras integrada na exposição “Viva a República 1910-2010”, realizada na Cordoaria Nacional, Lisboa.

Essas recriações podem suscitar por um lado, um sentimento de admiração nos visitantes, não só relativamente aos ambientes criados, mas também para com os artistas, os cientistas e os designers que construíram esses cenários perfeitos por outro, as referidas recriações podem constituir experiências educativas, ou seja, o exercício de decodificação do objecto de arte a vários níveis. Eisner (2009) considera existirem três objectivos na experiência estética com o intuito de promover o desenvolvimento humano: “a atenção ao cognitivo, a atenção ao simbólico e a atenção ao experimental”<sup>28</sup> (Eisner, 2009, p.18).

Presentemente, procura-se cada vez mais que os visitantes de qualquer exposição não se limitem à observação passiva ou à contemplação intelectual, mas se envolvam através das suas emoções, da alegria, da curiosidade, do humor, do medo, do suspense,

27] T.L. de: ... cuando hablo de estéticamente significativa me refiero a percibir una obra de arte de tal forma que la calidad de vida que genera despierte un sentimiento personal. Es algo así como un viaje emocional.

28] T.L. de: la atención a lo cognitivo, la atención a lo simbólico y la atención a lo experimental.

da tristeza e da justiça. Uma experiência imersiva de alta qualidade por exemplo, pode induzir respostas internas fidedignas e claras aos visitantes. Os responsáveis pelas exposições pretendem assim produzir diversas reacções no visitante, fazendo-o imergir na exposição e, no final da experiência vivida, eles podem reflectir sobre as suas próprias experiências numa aprendizagem das suas emoções e, posteriormente, assumir uma visão crítica da sua própria realidade.

#### **c) Espaços Sociais**

Os espaços expositivos devem propiciar a socialização e o diálogo actuando como pontos de encontro e debate de ideias entre as pessoas que ali se deslocam. O design pode ajudar na criação destes espaços físicos, assim proporcionando a interacção entre os visitantes e a sua apreensão do conteúdo exposto. Estes espaços sociais podem ser uma mais-valia para a comunidade, pois permitem o intercâmbio de ideias, outra faceta enriquecedora da experiência usufruída pelo visitante relativamente à exposição.

Ao elaborar uma exposição há ainda que considerar certos aspectos técnicos que, frequentemente, não surgem enumerados em primeira instância, mas que são essenciais ao bom sucesso do processo, nomeadamente, a iluminação, a segurança, a disposição e a conservação dos objectos e os textos:

- A iluminação deve evidenciar o objecto tanto quanto à sua estética como à sua conservação e ser adequada à visão do visitante.
- Nas exposições permanentes e também em algumas temporárias, em que são colocados com maior frequência objectos de valor, é necessário adoptar medidas que garantam a segurança e a conservação dos objectos: desde sistemas anti-roubo e antifogo até à aplicação das normas que dizem respeito à humidade e à temperatura, ao pó, entre outros;
- Os textos de esclarecimento devem ser claros e concisos devendo o objecto e o contexto serem suficientes para transmitir a mensagem. Portanto, os textos devem ser reduzidos ao mínimo, funcionando como notas explicativas sucintas, compreensíveis para todos os públicos, tanto crianças como adultos. Os tipos de texto podem ser constituídos por títulos, subtítulos, frases, informação geral sobre o tema e o subtema, tabelas dos objectos com

o seu nome, matéria, cronologia, autor e local de fabrico, proveniência e número de inventário;

- Na exposição, os objectos devem ser colocados de modo a serem observados na sua totalidade. É, pois, necessário escolher os materiais de suporte adequados a cada objecto: as vitrinas, os pedestais, os plintos, os estrados e os painéis. A disposição dos objectos nos suportes terá de ser bem concebida, variada e viva, de forma a atrair o espectador.

### 3.2.1 EXPOSIÇÃO EM ESPAÇO ABERTO

Expor implica ter em conta, entre outros factores a finalidade daquele específico evento. Numa exposição urbana existem algumas obras de arte colocadas nas ruas, por exemplo, em rotundas e avenidas cujo propósito nem sempre se afigura claro ao passante. Questões como se o objecto colocado foi feito para aquele local, se o objectivo é pôr à disposição das pessoas obras de qualidade, se se pretende ornamentar e tornar o local público mais agradável, ou se simplesmente se visa pôr ordem no tráfego.

O resultado é visível nas nossas cidades. Encontram-se esculturas pensadas para uma observação à distância em rotundas (p. ex., a estátua do Marquês de Pombal), ou em lugares inacessíveis de onde não podem ser apreciadas em detalhe, mas que permitem uma vista panorâmica. Como exemplo negativo saliente-se o caso de obras em auto-estradas que passam despercebidas devido à velocidade dos veículos circulantes.

Rico (2010, p.146) define quatro pontos essenciais no desenvolvimento de uma exposição ao ar livre: o estudo do lugar, o desenho da obra, a planificação do trabalho e o resultado formal.

Do estudo do lugar faz parte a análise do clima, das características geológicas do terreno e dos materiais que o compõem, bem como das suas cores e do conhecimento da vegetação existente. A adequação do espaço à obra a criar constituiu, aliás, o factor essencial para os artistas associados ao movimento do *site-specific art* surgido nos anos 1960 do século XX e de que foi exemplo a obra de Richard Serra, em 1979, *Tilted Arc*<sup>29</sup>, destinada à zona baixa de Manhattan.

No que toca ao desenho da obra é necessário o conhe-

29] Esta obra suscitou uma reacção adversa no público local, tendo sido removida cerca de 10 anos mais tarde.

cimento das formas, dos volumes, dos contornos, das cores, e dos materiais a utilizar no espaço seleccionado. É igualmente necessário dimensionar a superfície onde vai ficar a obra para os fins pensados, planificar o tipo de visita e informação e pensar nos acessos. O clima, a conservação dos objectos e a segurança de pessoas e bens são também factores a serem equacionados.

Ao planificar uma exposição é, pois, essencial a avaliação do espaço onde esta vai ser desenvolvida e tentar manter o local sem o destruir ou modificar, nomeadamente, mantendo os perfis do terreno sem alterar a vegetação, assegurar o escoamento da água e evitar a deterioração do terreno e verificar se os equipamentos seleccionados não danificam o ambiente envolvente. O resultado formal tem de ser a conjugação das obras com a vegetação e o ambiente circundante, garantindo a harmonia entre os elementos naturais e o que advém do constructo humano, no plano estético e utilitário.

O espaço que vai acolher a obra ou obras, como acima mencionado, pode ser um aspecto a ter em consideração ou, por si só, ser considerado outra obra de arte. Logo, importa decidir a cidade e/ou a natureza envolvente por serem os primeiros elementos a ter em conta para expor, assim como alguns dos problemas inerentes a cada local seleccionado. Algumas questões se levantam, por exemplo, a arquitectura é de molde a anular os objectos ali inseridos? Tem ela de ser neutra, ou existem outras opções?

De facto, o meio urbano onde as obras se encontram pode ser mais ou menos exuberante, e, por consequência, retirar alguma grandeza às mesmas. Se as obras não se encontrarem no meio adequado, o seu conceito pode sofrer modificações. Daí ser importante definir-se o espaço de acordo com o tipo de obras, ou, se forem encomendadas a um artista, verificar se o espaço definido enquadra o trabalho de forma positiva. Expor para mostrar, expor para embelezar, expor para ordenar, expor infra-estruturas constituem objectivos bem distintos para a selecção de estratégias expositivas e acarretam igualmente problemas específicos que se expressam através de linguagens e técnicas inerentes.

Serão descritas, a seguir, algumas técnicas expositivas, como sejam: a linguagem expositiva; a relação da obra com a pai-



sagem; os parâmetros específicos do espaço; a informação: problemática complexa; o espaço como meio envolvente; a relação entre os objectos e o espaço; e ainda as circulações; os movimentos e os itinerários. As suas diferenças e/ou problemáticas com que o indivíduo se depara na produção da exposição serão objecto de análise.

### **A Linguagem Expositiva**

Sejam em ambiente confinado ou exterior as tipologias de exposição mantêm intrínsecas as suas características. Nas ruas e nos passeios transformados em galerias, é preciso atender ao sentido da circulação, aos problemas de disposição das obras, se linear ou não, e se promovem uma visão sequencial; o conceito da exposição e o potencial das obras em mostra é inerente a todas as apreciações que são efectuadas no terreno. Além disso, existem dificuldades como a potencial monotonia em relação aos trabalhos expostos e/ou ao desenvolvimento linear, aos descansos físicos e à possibilidade de atalhos expositivos.

Assim, há a possibilidade de adoptar uma das duas tipologias mais conhecidas:

- A sucessão de espaços, ou seja, a tipologia de “salas” vive da repetição e é utilizada tanto no meio urbano como em muitos jardins, em que uns atrás dos outros vão acolhendo as obras, pelo que é imperativo efectuar o estudo das suas formas e a relação entre elas de modo a dar uma sequência lógica à exposição. A título de exemplo refira-se a exposição de fotografia pertencente à primeira fase do projecto em análise que se realizou no jardim em frente ao Museu da Electricidade (1990). A disposição dos *mupis* foi sequencial, ocupando os dois lados de uma das alamedas.

- No espaço contínuo da paisagem, se a circulação for radial, a disposição e a visão serão contínuas, devendo aplicar-se a tipologia da rotunda expositiva, ou seja, colocam-se as obras em frente ao ponto central e periférico. Opção adoptada na exposição de fotografia da segunda fase do presente projecto no Jardim da Luz com as peças distribuídas em torno da escultura central.

“Ao longo da história, estas duas abordagens têm representado para a cidade duas concepções expositivas opostas: a pri-

30] T.L. de: A lo largo de la historia, estos dos planteamientos han representado para la ciudad dos concepciones expositivas contrarias: la primera, como mitificación de una obra o “recompensa” del recorrido de un eje; la segunda, como disposición de conjunto.

meira, como mitificação de uma obra ou “recompensa” do percurso de um eixo; a segunda, como disposição de um conjunto”<sup>30</sup> (Rico, 2010, p.131).

### A Relação da Obra com a Paisagem

Existem algumas regras de relação da obra com o seu espaço que determinam as opções de colocação, seja em espaço fechado, seja com algum ajuste na paisagem exterior. Neste último caso há, porém, que ter em apreço os seguintes factores:

- A geometria – forma de relação com o meio envolvente. Nas exposições efectuadas no âmbito deste projecto, as soluções de disposição geométrica variaram consoante o espaço a ser utilizado;

- O sistema de integração e visualização do objecto como um conjunto de variáveis. Por exemplo a existência, ou não de iluminação eléctrica fez depender as possibilidades horárias de acesso às exposições fotográficas que se realizaram. No caso de haver iluminação, os objectos foram colocados estrategicamente sob o foco de luz que os evidenciava;

- O cenário, para criação de um ambiente focalizado na obra. Por exemplo, no período do Barroco, desenharam-se autênticos cenários urbanos para colocar obras<sup>31</sup>;

- Trabalhos de projecção organizativa como conjuntos conceptuais e as instalações constituem propostas dos artistas para praças e jardins, alterando percursos rotineiros, na medida em que as vias com presença de elementos artísticos, como os *mupis* no jardim perto do Museu da Electricidade, se tornaram a escolha prioritária para os passantes durante o período da exposição fotográfica.

Existem componentes auxiliares da exposição, como elementos topográficos urbanos com algumas semelhanças relativamente aos conceitos e à utilização do espaço expositivo fechado. No Renascimento a praça medieval era utilizada como meio expositivo, nela sendo colocados os troféus de guerra, conceito urbano de exposição que actualmente se tenta recuperar, como foi o caso das exposições associadas ao “Projecto Moro Aqui ao Lado”, em que o próprio título enfatiza a localização como factor a explorar. A arquitectura ou a fachada dos edifícios circundantes

31] Cf. Upjohn, E. *et al.* (1987) *História Mundial da Arte 4, do barroco ao romantismo*. 7ª ed. Trad. Manuela França. Lisboa: Livraria Bertrand.

podem funcionar como um painel expositivo à escala urbana, o mesmo acontecendo com o coroamento dos edifícios, ou, com as árvores e arbustos inerentes aos jardins.

Resta ainda definir todos aqueles trabalhos que têm como meio envolvente a paisagem, requerendo por isso a normas expositivas específicas:

- Exposição com fins urbanísticos;
- A percepção objecto/fundo. Há que manipular dados do objecto como a cor, para este ressaltar do fundo: tem de se ter em conta a luz e as suas diferentes horas de incidência para evitar o brilho e as sombras; é necessário estudar a peça e ter em conta o contraste, ou não, da mesma;
- A informação. É preciso determinar qual a informação que se deseja transmitir e que meio eleger para o fazer, o modo de a desenhar e onde a colocar. No presente projecto a informação era focada na questão da exclusão/inclusão de grupos sociais, escolhendo-se o olhar através da fotografia para transmitir essa mensagem. A colocação em áreas pertencentes ao meio urbano sublinharam a chamada de atenção pretendida;
- O movimento, ou seja, quem se move, se é o visitante que se move em relação ao objecto, ou se são os objectos que são colocados à disposição do visitante. É necessário determinar o destinatário do objecto, a partir de onde se pretende que este último seja visível e calcular com precisão onde é colocado. No projecto em apreço, o visitante em geral era convidado a dirigir-se ao objecto, quer de forma determinada, quer utilizando o estratagemma de integrar o conjunto de objectos num percurso plausível para o “visitante involuntário”;
- Os acessos, as circulações e os descansos são importantes numa exposição num museu, mas ganham uma especial magnitude em espaços abertos, sendo também, eventualmente, mais difíceis de controlar. Num espaço aberto pode haver diversos sítios por onde começar a exposição e assim não haver um percurso rigidamente delineado;
- Questões técnicas, diferentes dos outros factores considerados, abarcam problemas específicos como sejam, os referentes à conservação, à acústica e à segurança exterior.

### **A Informação: Problemática Complexa**

Por informação entende-se todos os elementos que serão publicitados com referência a uma exposição, bem como os dados específicos que devem acompanhar cada objecto exposto. Num espaço aberto há que ter em conta precisamente o manancial informativo que vai estar disponível numa visão mais distante e mais próxima, aspecto que, eventualmente, levanta algumas dificuldades.

A publicidade, na maioria dos casos, vai ser o primeiro contacto estabelecido com o público e é através dela que se vai informar sobre a exposição e onde e quando vai decorrer. A sua estruturação, desenho e clareza são importantes para o prévio conhecimento do público, principalmente no que se refere às rotas e aos acessos para conseguir chegar até lá, a informação de movimento, ou seja, os primeiros dados de aproximação à cidade, mas sobretudo ao meio envolvente são úteis para quem se desloca quer de transporte público, quer de automóvel próprio.

Deve-se, pois, calcular a dimensão e a tipologia dos caracteres utilizados para garantir uma boa leitura dos dados, bem como a altura a que as placas informativas devem ser colocadas para serem perceptíveis ao condutor e/ou ao pedestre. Assim, a informação geral (os chamados textos de parede) deve ser facilmente avistada e a maior distância, na medida em que, transmite dados globais e informação básica sobre a exposição. Já a informação específica de cada objecto (legenda) se destina a um avistamento mais próximo com dimensões menores.

Todos os critérios de colecção, a relação com a peça e os sistemas de exibição são comuns em todas as exposições, à excepção dos problemas específicos relacionados com o tamanho da(s) obra(s), o custo das despesas e a envolvência, factores que necessitam de um estudo caso a caso.

As condições climáticas e de conforto dos lugares também podem influenciar a visita à exposição, na medida em que interferam com a protecção e o bem-estar do visitante. É, portanto, necessária a coordenação entre a informação e a acessibilidade, assegurando a divulgação de itinerários planificados com áreas de descanso para que o visitante usufrua da exposição da maneira mais agradável e mais completa possível (Ambrose & Paine, 2010).

### Espaço como Meio Envolvente

Como se comprova, o espaço é um dos elementos mais determinantes de uma exposição. A localização dos objectos, a relação de uns com os outros e a realidade espacial dependem em grande parte da percepção do visitante. Se os objectos dispostos numa exposição forem muitos e diferentes entre si, os espaços para os colocar serão, inevitavelmente, numerosos e diversos.

Além disso, o lugar contribui para a eficiência temporal e espacial da exposição (Fernández & Fernández, 2012). Para Rico (2010), o espaço pode ser aquilatado de três ângulos: a cidade, a arquitectura e a natureza.

A cidade é, por excelência, uma grande sala de exposições em espaço aberto. Nela existem, porém, lugares que têm uma especial disposição para serem utilizados como espaço expositivo, por exemplo as praças e as avenidas, onde se encontram normalmente esculturas, que podem ser consideradas de exposição permanente, a par de eventos e instalações que, mais recentemente têm vindo a realizar-se, trazendo nova vida a áreas eventualmente mais esquecidas. É preciso ter em conta que o conceito pode variar um pouco, visto que o meio urbano, por si só, pode ser considerado um espaço de contemplação, mas também um espaço intrinsecamente dinâmico.

A arquitectura é um apoio do espaço expositivo urbano, mas constitui também um objecto a ser apreciado em si mesmo. Do ponto de vista expositivo existem três partes de um edifício que têm sido mais utilizadas, ao longo do tempo e, que cumprem diferentes tarefas em relação ao objecto: a base, o revestimento e o coroamento do edifício. A fachada ou o revestimento de um edifício, para além da sua valência intrínseca, pode funcionar como um painel. Algumas condicionantes devem ser sopesadas para a sua correcta utilização, como saber o que colocar ali ou a forma mais adequada de apresentar a informação. Já a base e, de maneira mais notória, o coroamento de um edifício actuam, em geral, como moldura do próprio objecto.

O terceiro espaço é a natureza, que pode ser considerada um museu sem muros. Pode conter várias obras de arte, mas não só; contém igualmente a paisagem, as propostas criativas e todas

as intervenções e as infra-estruturas envolventes.

Expor num espaço urbano pode apresentar dificuldades por nem sempre se tratar de um fundo homogéneo. Os factores climáticos, os vários tipos de solos, entre outros, são factores de instabilidade passíveis de pôr em risco uma exposição, mas, por outro lado, é responsabilidade dos fautores do evento expositivo não danificar o ambiente envolvente. Exibir obras no seio da natureza constitui um desafio sendo tarefa complicada preservá-la e, ao mesmo tempo, realçar as obras expostas.

#### **A Relação entre os Objectos e o Espaço**

Para Rico (2010), a relação entre os objectos e o espaço alicerça-se em princípios como, por exemplo, a proximidade, a similaridade e a familiaridade. Também é preciso ter em atenção algumas características físicas, tais como o ponto de vista do objecto, ou seja, a forma como é visto, o cenário, o ambiente e o movimento que o rodeia.

Numa sala de exposições tradicional, os distanciamentos para observar adequadamente uma obra consistem em possibilitar ao visitante uma série de distâncias perpendiculares e longitudinais que permitam ao espectador relacionar-se com a dita obra. Na exposição urbana a questão é mais complexa, pois as leis da percepção diferem numa visão distanciada ou próxima.

Assim, os vários pontos de vista possíveis são matéria de estudo na elaboração de uma exposição em espaço urbano. A cor e a sua resposta à luz, a forma e tudo o que se refere à figura, os contornos e os contrastes requerem uma análise cuidada. Mais uma vez se denota a pertinente cumplicidade entre o espaço envolvente e a obra de arte, seja a integração de um único objecto ou de diversos no espaço onde serão expostos. As exposições realizadas no âmbito do projecto utilizaram dois processos expositivos distintos: no jardim perto do Museu da Electricidade optou-se por *mupis* dado que numa área de dimensão considerável era mais facilmente visível uma superfície de apresentação também ela dimensionada de uma forma proporcional. A opção, de certo modo, inspirou-se na utilização do mesmo tipo de expositor para

fins publicitários, salientando-se o desejo e a capacidade de cativar o passante para o que se pretendia mostrar.

O movimento do objecto ou do observador tem-se revelado uma das maiores dificuldades nas exposições urbanas. Quando se coloca um elemento numa exposição em que o observador se movimenta, é necessário ter em conta que o objecto e o fundo se movimentam na retina desse observador e quanto mais afastado o objecto estiver dele, mais segura será a observação, quanto maior for o volume e a superfície, maior pode ser a distância do objecto em relação a ele, e o ponto de fuga do observador móvel permanece fixo durante a sua percepção. Tais considerações estiveram bem presentes no caso da exposição no Jardim da Luz cujos percursos se apresentam de larguras e comprimentos variáveis e com distância nunca muito significativas em relação aos objectos expostos. Apostou-se, assim, em cubos que, pela sua volumetria se enquadravam numa lógica de canteiros artificiais e geométricos acolhidos naquele jardim.

Por outro lado, se é o objecto que se movimenta e o observador permanece quieto, o fundo move-se na retina do indivíduo, na direcção contrária ao movimento do objecto. Neste caso em que o indivíduo permanece passivo e na sua qualidade de observador da obra, o objecto deve deslocar-se à velocidade adequada para ser facilmente visto e compreendido, já que o espectador não tem nenhuma opção a este respeito. Em qualquer das circunstâncias descritas, seja o observador ou o objecto a mover-se, deve equacionar-se para quem é colocado o objecto, a partir de onde se pretende que ele seja visível e com que precisão.

Para além da questão óptica anteriormente explanada também intervém na percepção uma série de factores relacionados com o comportamento humano, tanto biológico como psicológico. Uma exposição num espaço urbano deve propiciar ao visitante uma sensação de conforto físico, ambiental e de segurança. O clima, a contaminação acústica, as condições físicas de deambulação ou descanso e as condições que transmitam segurança são alguns dos componentes que podem influenciar o espectador.

A iluminação num espaço público expositivo deve estar adaptada às condições de claridade, ou falta dela, verificadas ao

longo do dia e durante a noite, se as visitas se prolongarem por horário nocturno. Esta ponderação implica que os responsáveis pela iniciativa considerem a obra como se fossem duas, uma para de dia e outra para de noite.

A segurança das obras expostas não é aspecto despiciendo, constituindo o vandalismo o principal problema, seguido de incêndios ou catástrofes naturais. Como proteger uma obra exposta no meio urbano, onde é praticamente impossível colocar barreiras ou sistemas de vigilância? As respostas a tal interrogação podem variar, desde a aposta na construção de uma obra robusta e pesada, com materiais resistentes, impeditivos do roubo ou da vandalização, ou recorrendo a serviços de vigilância, pessoal ou informatizada, sempre onerosos e nem sempre infalíveis. Qualquer que seja a solução adoptada, manter e preservar as obras é um objectivo a não descurar.

#### **As Circulações, os Movimentos e os Itinerários**

Uma boa organização de espaços, no percurso global de uma exposição permanente ou temporal, envolve não só a facilidade e a clareza da circulação do público, como também o ritmo imposto através da variedade de experiências que são criadas e proporcionadas ao visitante (Fernández & Fernández, 2012).

Se num espaço fechado os acessos e o pavimento da área de exposição devem ser devidamente estudados, numa exposição urbana ganham ainda maior relevo, pois podem surgir variações e obstáculos consoante o percurso delineado. Como acontece nas nossas ruas, existem diversos perigos para as pessoas com necessidades especiais e numa exposição urbana esses obstáculos têm de ser abolidos para maior conforto e segurança dos espectadores. Uma sinalização adequada e bem adaptada ao espaço/terreno, tanto pedonal como rodoviária, tem de ser preparada. Também se devem disponibilizar parques de estacionamento bem dimensionados com os devidos acessos.

Se não existem obstáculos, o visitante tende sempre a ir pelo caminho mais rápido, cabendo à sinalética utilizada indicá-lhe o sentido e as melhores opções de circulação, constituindo os



desenhos no pavimento uma boa forma de o fazer. Importa definir a velocidade e as dimensões que se quer incutir à exposição. Se se pretende uma circulação lenta, uma deslocação em modo de passeio, ao longo do qual também se pode ir dando informações sobre o que o visitante vai ver, devem criar-se condições adequadas a esse modelo, por exemplo, o material de revestimento do chão ajuda a impor a velocidade da visita: o betão, a relva ou o asfalto promovem a velocidade e os tijolos, as pedras e as cerâmicas irregulares a morosidade.

Uma forma de delimitar os espaços e o percurso de uma exposição é através de muros, barreiras vegetais ou de outro tipo, que vão direccionando o espectador pelo percurso a efectuar, através do estabelecimento de um único caminho.

No caso de uma exposição urbana é mais difícil, porque normalmente os espaços são amplos e/ou com obstáculos existentes na rua, o que não facilita a organização de um percurso único. Usualmente existem vários percursos e são de livre entrada, não existindo um obrigatório para se entender a exposição. A opção de percurso único implicaria a estruturação de um espaço fechado dentro da cidade, quase como se fosse uma sala de um museu na urbe, ficando assim a exposição desenquadrada de tudo o que a rodeia e perdendo a graça e a mais-valia de ser ao ar livre.

A projecção de descansos vai para além da colocação de um número de bancos ou do alargamento da via para os situar. Deve proceder-se a uma avaliação do equilíbrio entre distâncias a percorrer e pontos de descanso, calcular o tamanho dos bancos e os materiais em que são construídos para garantir a sua boa inserção no lugar e a resistência às condições ambientais, bem como ter noção do seu número face ao dos visitantes esperados.

Seguidamente serão apresentados três exemplos de exposições em espaço aberto realizadas na zona de Lisboa onde os factores acima indicados constaram da ponderação efectuada para garantir o sucesso delas.

A exposição *A Terra Vista do Céu* esteve patente pela primeira vez em 2000 em Paris, no Jardim do Luxemburgo. Durante uma visita à exposição de alunos com deficiências de visão e os respectivos professores, os alunos cegos fizeram várias perguntas

32] Yann Arthus-Bertrand (1946) é um fotógrafo, jornalista, realizador e ambientalista francês. Os seus trabalhos mais conhecidos são o livro *Earth from Above* (1999) e os filmes *Home* (2009) e *Human* (2015).

33] Alain Mikli (1955-) é um designer franco-arménio de óculos artesanais de alta qualidade e acessórios.

34] Cf. <https://www.publico.pt/local/noticia/lisboa-em-festa-arranca-hoje-com-exposicao-fotografica-1193991>

ao fotógrafo francês Yann Arthus-Bertrand<sup>32</sup>, o autor deste evento, mas perante a sua dificuldade em responder, resolveu colocar as fotografias de modo acessível a pessoas cegas e com baixa visão. Com a ajuda de Alain Mikli<sup>33</sup>, que aceitou o desafio proposto por Yann Arthus-Bertrand, em 2003, foram apresentadas 45 fotografias em relevo com legendagem em Braille. Desde aí, esta exposição tem percorrido dezenas de cidades, inclusive Lisboa, onde foi inaugurada em Maio de 2004, na Praça do Comércio (figura 59).

O trabalho de Yann Arthus-Bertrand podia ser visto 24 horas por dia até 25 de Setembro desse mesmo ano. A exposição ao ar livre apresentava um acervo de 120 fotografias aéreas da autoria do referido fotógrafo, que durante 15 anos sobrevoou mais de cem países. Junto do espaço expositivo havia ainda um centro de informação onde se projectava uma curta-metragem sobre o seu método de trabalho. As fotografias, com 1,8 por 1,2 metros, eram acompanhadas pela informação da latitude e da longitude do local onde haviam sido capturadas e estavam iluminadas durante o período de visitas da noite<sup>34</sup>. A exposição mostrava alguns ícones da geografia mundial, bem como imagens triviais do dia-a-dia vistas de uma perspectiva inusitada.



Figura 59, Vista geral da exposição *A Terra Vista do Céu*, na Praça do Comércio, Fátima Alves, 2004, (<http://gam-acessibilidade.blogspot.pt/2010/09/exposicao-olhares-tacteis.html>)

Outro exemplo é a exposição *Um de nós/One of Us*, “Projecto Inside Out Lx”, em Lisboa, realizada em Setembro de 2011

(figura 60). *Um de Nós* é a resposta da TEDxLisboa ao desafio lançado pelo fotógrafo JR<sup>35</sup>, vencedor do Prémio TED - *Technology Entertainment Design 2011*, de tornar o seu projecto de arte num projecto de arte global, com o intuito de despertar e sensibilizar consciências para grupos de pessoas que, muitas vezes, vivem à margem da sociedade, com todas as implicações associadas de carácter social, económico e psicológico<sup>36</sup>.

A exposição foi feita em espaço aberto por forma a ser criado o encontro entre o assunto/protagonista e o transeunte/intérprete, permitindo que cada um levantasse as suas próprias questões, reflectisse no geral ou no particular, se fosse caso disso e, quem sabe, que mudasse de percepções e atitudes. O local escolhido para exhibir as fotografias foi a Ponte 25 de Abril, junto às Docas, tendo sido aí colocadas pela equipa TEDxLisboa no dia 24 de Setembro de 2011.

A faixa etária abrangida foi a partir dos 50 anos, com o objectivo de suscitar questões sobre o papel dos mais velhos na sociedade e na economia, assim como sobre a solidariedade entre gerações e a inevitabilidade da solidão aliada ao envelhecimento. Os retratos, de grandes dimensões, abordam a memória dos eternos protagonistas do esgotamento social e o lema: “A solidão é inevitável com o envelhecimento?” atingiu as consciências.

35] JR, o fotógrafo e artista de rua francês, exhibe as suas fotografias livremente nas ruas do mundo, chamando a atenção das pessoas que não são típicos visitantes de museu. Os assuntos principais do seu trabalho são o compromisso, a liberdade e a identidade.

36] Cf. <http://tedxlisboa.com/eventos/insideout>



Figura 60, *Vista da exposição Um de nós/One of Us*, autor desconhecido, 2011, (<https://www.flickr.com/photos/tedxlisboa/6279309931/>)

A exposição *Positive Thinking/Pensamento Positivo*, do “Projecto Inside Out Lx” (figura 61), decorreu na Av. da Índia, em Lisboa, em 2012. Mais de 130 retratos de pessoas de todas as idades foram colados nas paredes da Avenida da Índia, perto de Alcântara, no âmbito de um projecto mundial idealizado pelo fotógrafo francês JR, que a partir dali pretende “espalhar alegria” pela cidade. Os retratos de 1,20 metros por 90 centímetros fazem parte de um projecto de muito maior envergadura iniciado por este fotógrafo francês que já havia estado em Portugal, em Novembro de 2011, no âmbito do *Lisbon & Estoril Film Festival*.

No “Projecto Inside Out Lx”, as pessoas foram desafiadas a enviar retratos em formato digital para o fotógrafo imprimir. Os cartazes eram depois reenviados aos autores das imagens para serem exibidos nas suas comunidades. Joanne Gatefield, Alexandra Dias e Isabel Pinto aceitaram o desafio e decidiram fazer parte deste projecto global e aproveitar o ensejo para espalhar alegria e gargalhadas pela cidade.

As três pretenderam atribuir um tema para as fotografias: *Positive Thinking* [Pensamento Positivo]. Joanne Gatefield afirmou: “no estado em que nos encontramos, com as pessoas todas para baixo, decidimos que tínhamos que fazer alguma coisa para cima e ir buscar emoção e alegria”<sup>37</sup>. A ideia foi passando de boca em boca e acabaram por juntar, em cinco sessões fotográficas em estúdio, pessoas de várias idades, géneros, profissões e etnias.

A colagem dos *posters* foi feita pelos próprios retratados. Em Novembro de 2011, o mentor do “Inside Out”, JR, disse à agência noticiosa Lusa que contava que no espaço de seis meses o seu projecto de arte participativa estivesse em todo o mundo: “Agora está em mais de 102 países, mas vamos estar no mundo todo nos próximos seis meses”, afirmou na altura<sup>38</sup>.

37] Cf. <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/1956/quotinside-out-lx-quot-pensamento-positivo-nas-paredes-de-lisboa>

38] Cf. <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/1956/quotinside-out-lx-quot-pensamento-positivo-nas-paredes-de-lisboa>



Figura 61, *Vista de algumas fotografias da exposição Positive Thinking/Pensamento Positivo*, Fotografia da Autora, 2012

A invocação das exposições *A Terra Vista do Céu*, *Um de nós/One of Us* e *Positive Thinking/Pensamento Positivo* é pertinente no presente trabalho na medida em que constituíram não só fontes de informação teórica e técnica sobre o processo expositivo, como foram fontes inspiradoras do projecto em desenvolvimento. Entendendo-as como de algum modo antecedentes do processo de inclusão social através da fotografia numa escala ainda apenas de amostragem em três bairros de Lisboa, ganhou-se uma certeza mais funda de se estar no caminho certo, pese embora tratar-se de uma experiência única em território nacional.

A reflexão sobre as questões relativas ao espaço ou espaços seleccionados para local de exposição vem a ser alvo de um interesse cada vez mais nítido por parte de todos os que se dedicam ao planeamento e à criação de eventos expositivos. Procura-se entender quais os diversos tipos de relação que se estabelecem entre o espaço e os artistas, os organizadores e as instituições, de modo a conseguir-se transmitir a mensagem pretendida da maneira mais coerente e clara possível.

Para além da importância do trabalho que é exposto, ou seja, o conteúdo artístico que se oferece a públicos diversos, deve ter-se em consideração os modos de o transmitir, porque a qualidade intrínseca da obra no seu conjunto pode perder-se, ou diminuir o seu impacto junto do receptor se a mensagem não lhe

chegar de forma correcta e facilmente preceptível.

A capacidade de comunicação, que se opõe à ideia por vezes defendida no passado de uma arte pela arte, é o processo mais eficaz de cativar e integrar as comunidades em qualquer projecto. Neste projecto, “Moro Aqui ao Lado”, procurou-se chegar às comunidades através dos seus elementos mais jovens que, assim, podem actuar como embaixadores de novas ideias e atitudes vivenciais junto dos seus núcleos familiares e expandindo-se deste modo a todo o bairro.



### 3.3 A CIDADE: DINÂMICAS SÓCIO-EDUCATIVAS

A presente época testemunha o predomínio de uma vivência urbana resultante de um longo processo de transformações dos modelos de sociedades rurais em industriais e, posteriormente, em sociedades da informação e dos serviços, sociedades essas que se espelham na cidade. “Porém, de que falamos quando falamos de *cidade*? Não estaremos a falar de uma realidade múltipla, variável, cujo o conceito mesmo no seu significado físico nem sempre é facilmente determinável?” (Correia, 2013, p.102). A interrogação suscitada por Victor Correia conduz a respostas várias, mas que de certa forma convergem para uma noção de organização, mutável, de um espaço físico onde se encontram instituições de decisão, com fins variados, sobre o colectivo local como escolas, hospitais, centros comerciais, núcleos financeiros, municipalidade, etc. com funções fundamentais para os seus habitantes (Correia, 2013 e Lynch, 1960/1999<sup>39</sup>).

Poderia definir-se operatorialmente a cidade como um centro urbano de elevada densidade populacional (de acordo com os dados da OCDE, cerca de 50000 habitantes)<sup>40</sup>, albergando instituições políticas, económicas e comerciais numa área com conexões por ruas e/ou estradas (ou auto-estradas) e com redes de informação. Geralmente, o seu crescimento é feito do centro para a periferia, se bem que muitas vezes de modo desordenado e aleatório, acarretando problemas de planeamento *a posteriori*.

Rossi (2001) chama a atenção para o facto de a cidade não ser um conceito que se possa reduzir a uma única ideia básica, mas a soma de muitas partes, bairros e distritos com diferentes características formais e sociológicas numa geografia circunscrita. É esta diferenciação que constitui um dos seus traços essenciais, a cidade é constituída por:

... numerosos e diversos momentos de formação; a unidade desses momentos é a unidade urbana em seu conjunto. A unidade dessas partes é dada fundamentalmente pela história e pela memória que a cidade tem de si mesma. Essas áreas, essas partes são definidas essencialmente pela sua localização: são a projecção no terreno dos fatos urbanos (Rossi, 2001, pp.66-67).

39] Edição no original Lynch, K. (1960). *The Image of the city*. Cambridge: The MIT Press. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Lynch, K. (1999). *A Imagem da Cidade*. Col. Arte & Comunicação. Trad. Maria Cristina Tavares Afonso. Lisboa: Edições 70.

40] Cf. Dijkstra, L. & Poelman, H. (2012). Cities in Europe the New OECD-EC Definition. Regional and Urban Policy. In [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/focus/2012\\_01\\_city.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/focus/2012_01_city.pdf)

A expansão citadina tem vindo a verificar-se de um modo generalizado tanto na Europa como em outros continentes, como a América ou a Ásia. Essa dilatação espacial urbana implica aspectos sociais e económicos que estão na génese do aumento das disparidades sociais que se tem tornado patente desde a década de 80 do século XX. Isabel Guerra (2001) aponta diversas causas para esta alteração: mutação do sistema económico; transformação das estruturas públicas; fluxos migratórios; mudanças nas estruturas sociais e nas formas de organização familiar; e o agravamento do espaço material e simbólico entre os mais pobres e a classe média-alta e classe alta. Todas essas transformações se traduzem em oportunidades e riscos, benefícios e incertezas que atingem de forma diversa os grupos sociais existentes nessas cidades. A própria localização espacial pode contribuir, ou não, para aprofundar dimensões de exclusão social, como salienta Isabel Guerra: “a segregação social e espacial vem frequentemente em conjunto, e os modos de socialização negativa, de precariedade das condições de vida urbana, aprofundam as dimensões de pobreza e de exclusão social” (2001, p.49). Assim, as cidades são cada vez mais duais, com problemas urbanos específicos e inúmeras desigualdades entre os seus habitantes.

No caso de Lisboa, a área metropolitana concentra grande parte dos recursos económicos e financeiros do país, tendo contextos privilegiados de infra-estruturas e serviços disponíveis. Contudo, é também uma zona de contrastes a nível de condições de vida, “opondo populações de nível de vida bastante acima da média nacional a populações onde a pobreza e a exclusão social têm incidência significativa” (Pegado, 1999, p.9).

Mais recentemente, o afluxo de turistas estrangeiros à capital veio acentuar desníveis económico-sociais entre os grupos visitantes e os habitantes locais, sobretudo das áreas mais envelhecidas da cidade que constituem, simultaneamente os pontos de atracção mais procurados. Por outro lado, assiste-se ao surgimento de núcleos sociais em ascensão económica e que buscam habitar espaços que respondam às suas necessidades e reflitam o seu recém-adquirido bem-estar. Este processo, designado por gentrificação<sup>41</sup>, veio tornar ainda mais complexas e díspares as relações entre as várias comunidades que integram o tecido urbano lisboeta.

41] Cf. Glass, R. (1964). Introduction. *London: Aspects of Change*. Londres: MacGibbon & Kee.



Quando se aborda a questão da cidade do ponto de vista físico, o primeiro dado a destacar-se é o ordenamento entre edifícios, residenciais ou para outros fins, e as ruas que lhes servem de conexão, bem como outros espaços designados por espaços públicos. Todavia este ordenamento de índole física associa-se, como se referiu a uma distribuição humana segundo factores de natureza económica e de estatuto social. Tal distribuição resulta, nos ditos processos de reabilitação de algumas zonas urbanas e remissão para um oblívio generalizado de outras áreas que se vão degradando. Ou seja, vai-se desenhando uma cidade marcada por áreas habitacionais omitidas de um presente representado por grupos sociais com sucesso: a exclusão instala-se.

Labandeiro define exclusão como “acto de excluir que significa exceptuar ou não admitir, [o que] tem sido e continua a ser hoje em dia um dos mais graves fenómenos sociais que teimam em persistir nas nossas sociedades” (2004, p.1). O conceito apresenta-se complexo e de carácter multifacetado, devido à sua ambiguidade de associação a outros fenómenos.

A dificuldade conceptual deste fenómeno leva a que o seu debate se fixe mais na própria definição do conceito do que propriamente nas suas causas e consequências, o que leva à acentuada polissemia em que a exclusão social, a pobreza e as desigualdades sociais aparecem como sinónimos (Labandeiro, 2004, p.1).

Todavia, pode afirmar-se que a exclusão provém embrionariamente da situação de pobreza. Segundo alguns pensadores, a privatização acentuada de recursos materiais e sociais empurram para fora da sociedade todos aqueles que não participam dos valores da cultura dominante, levando à sua exclusão. O excluído encontra-se fora da esfera e do universo social e simbólico hegemónico e incorpora o sentimento de auto-exclusão e de rejeição (Fernandes, 1995).

Segundo Labandeiro (2004), o termo exclusão social surge na década de 80 do século passado para designar todos os indivíduos que, vítimas da crise económica, ficaram sujeitos a múltiplas dificuldades resultantes do processo de desqualificação social. O conceito de exclusão social representou para o mundo ocidental, nessa época, uma resposta face ao crescendo de divisões e desigualdades que tinham expressão e visibilidade acrescidas na cidade.

A exclusão resulta de processos pertencentes à desinserção social (ruptura de laços de solidariedade e risco de marginalização), à desintegração do sistema de actividade económica ou de emprego (perda de competências sócio-profissionais, perda de emprego, rendimento insuficiente) e à desinserção das relações sociais e familiares (fragilização das relações interpessoais e dos sentimentos de pertença sócio-comunitários) (Guerra, P., 2002, p.100).

Com os avanços verificados no âmbito da tecnologia e o consequente desaparecimento de profissões tornadas despididas, a exclusão social passa a estar associada a mudanças de natureza económica e às das novas tecnologias que perturbam e desorganizam a estrutura industrial e social vigente.

Em Portugal o fenómeno da exclusão começa a ser abordado na última década do século XX pelos dirigentes e pelos partidos políticos em virtude do interesse e da influência da Comunidade Económica Europeia sobre tal matéria. A exclusão passa a ser entendida como um “processo multidimensional e dinâmico, dado que resulta de múltiplos fenómenos interligados entre si e que produzem o excluído” (Labandeiro, 2004, p.4). Logo, na exclusão coexistem diferentes fenómenos tais como o desemprego, o insucesso/ abandono escolar precoce, a marginalidade, a criminalidade, a discriminação, a pobreza, estigmas que têm uma grande influência na construção da identidade do indivíduo e repercussões na tessitura colectiva: “o fenómeno da exclusão social não se limita à sua sobreposição com a pobreza, ele abrange um universo de indivíduos muito mais alargado, sendo o problema mais preocupante dada a sua potencial invisibilidade e difícil medida” (Labandeiro, 2004, p.4).

Dada a complexidade causal, a exclusão define-se como produto de um défice de coesão social global, não se reduzindo a fenómenos individuais isolados ou a determinadas situações. Existe em relação ao outro, a um grupo ou a uma sociedade. Os processos de exclusão expressam a acumulação das deficiências, das falhas e dos insucessos nas mais variadas esferas, assumindo uma forma de ruptura dos laços simbólicos (Xiberras, 1996). Segundo Luís Capucha (2010):

... produzem-se situações que designamos pela expressão «exclusão social» quando a sociedade não oferece a todos os seus membros a possibilidade de participar e beneficiar de todos esses direitos e sentir-se membro cumprindo os deveres, quer essa relação esteja inscrita nas próprias dinâmicas e instituições sociais, políticas e económicas, quer esteja impressa nas estruturas mentais, a ponto de as pessoas desfavorecidas perderem o estatuto de cidadania plena, quer dizer, se verem impedidas de participar nos padrões de vida tidos por aceitáveis na sociedade em que vivem (Capucha, 2010, p.5).

Trata-se, pois, de uma das maiores fragilidades na sociedade contemporânea e conhecer as suas causas, eliminar os seus efeitos e prevenir as suas incidências é um dos imperativos que se coloca em plano nacional e global, na defesa dos direitos e das condições de cidadania (Labandeiro, 2004).

Alfredo Bruto da Costa (1998) vê a exclusão social como um fenómeno complexo e heterogéneo, que deve ser discriminado segundo várias tipologias: a exclusão económica – caracterizada pelas más condições de vida, baixos níveis de instrução e qualificação profissional e emprego precário; a exclusão social – caracterizada por uma ruptura nos laços sociais; a exclusão cultural – decorre da dificuldade de integração das minorias.

Também o não acesso a produtos ou bens culturais contribuem para a exclusão cultural nas classes desfavorecidas. Existe, ainda, a exclusão de origem patológica, psicológica ou mental decorrente de distúrbios e perturbações mentais, vertente que porém, não constitui matéria central da presente investigação.

Labandeiro (2004) junta à listagem de Bruto da Costa a exclusão ao nível espiritual ou simbólico, pois não há reconhecimento dos valores e das representações dos excluídos, na medida em que estes não fazem parte do universo simbólico da sociedade.

Das abordagens enunciadas induz-se que a exclusão social é, na verdade, um processo dinâmico, que se prende tanto com processos individuais como com mecanismos sociais excludentes, colectivos e globais, inerentes ao funcionamento das instituições e do todo colectivo que é a sociedade.

Ser membro de uma dada sociedade, implica estar e ser dotado de direitos políticos e civis, mas também ter garantias quanto à satisfação dos direitos inerentes à dignidade humana ou às necessidades comuns à condição humana. Está aqui patenteada a ideia de pertença a uma dada sociedade, bem como a noção de «vida partilhada» (Guerra, P., 2002, p.99).

O conceito de exclusão social encontra-se espelhado no conceito antinómico de integração social. A integração subentende que os excluídos ou os grupos empobrecidos devem ter, efectivamente, uma participação activa no funcionamento de grupos sociais organizados, surgindo esta como uma condição necessária para se observar uma efectiva integração (Dias, 2010).

Para obviar aos desequilíbrios patentes na tessitura urbana têm vindo a desenvolver-se estratégias de inclusão social, isto é, a procurar construir modelos de relacionamento entre os vários núcleos de habitantes, apostando no que podem partilhar e tentando esbater aquilo que os distancia.

Porém, a inclusão social não se preocupa só em quebrar barreiras; visa também fomentar o bem-estar dos indivíduos, estimulando o potenciar das condições necessárias a uma efectiva agregação contando com o esforço de toda a sociedade. Acrescenta Paula Guerra, “os processos e as estratégias de inclusão social encontram-se indissociáveis das dinâmicas de informação, conhecimento e inovação da nossa sociedade” (2012, p.256).

Efectivamente, a integração remete para um conjunto de situações estáveis e consolidadas ao nível das relações de trabalho, familiares e sociais. Segundo Dias (2010), a sua possibilidade passa pela interacção entre quatro sistemas: o sistema político-jurídico, que deve operar a integração cívica e política; o sistema económico e territorial, que pressupõe a integração sócio-económica num dado território; o sistema de protecção social, que proporciona a integração social; e o sistema familiar, comunitário e simbólico, que deve realizar a integração.

A abordagem anglo-saxónica relativamente à inclusão, conhecida como *new labour's thinking*<sup>42</sup> de meados dos anos de

42] *New Labour's Thinking* refere-se à ideologia específica de um período do Partido Trabalhista britânico que decorreu a partir de meados da década de 1990 até ao início de 2010, sob a liderança de Tony Blair e Gordon Brown.

1990 até ao início dos anos de 2010, com os líderes Tony Blair<sup>43</sup> e Gordon Brown<sup>44</sup>, tem vindo a centrar-se na análise da política social no âmbito de domínios como o trabalho, o emprego, os rendimentos e a integração comunitária (Guerra, P., 2012).

Nesse âmbito, o direito à educação, à igualdade de oportunidades, à participação na política e na luta empreendida com o sentido de justiça levaram a uma abordagem mais humanizada da cidade. Na verdade, os níveis de educação e o trabalho qualificado estão directamente relacionados com o crescimento económico e a competitividade industrial de qualquer urbe. Assim, a educação inclusiva, que permite o acesso à escola para todos aprenderem, constitui um modelo de resposta para uma maior participação na vida do colectivo, independentemente das diferenças e das dificuldades de cada um.

A inclusão não significa, porém, a uniformização dos modelos urbanos, nem muito menos a anulação das especificidades grupais. Pelo contrário, ela valoriza a diversidade e a cooperação entre os indivíduos, cabendo à sociedade a dinâmica de adaptação para todos incluir, ainda que no desempenho de papéis diferenciados.

Em qualquer processo de inclusão que se pretenda eficaz é de referir a importância da recreação pela música, pelas artes e pelos espectáculos, pela prática de modalidades desportivas e pela fruição lúdica do espaço público: “a estratégia de abordagem parece ser a da proximidade, partilhando espaços sociais e físicos para alcançar as oportunidades de interacção e reduzir as distâncias sociais entre as pessoas” (Guerra, P., 2012, p.358).

Hoje em dia, a coesão social beneficia da existência de redes culturais. A exposição dos indivíduos perante o mesmo sistema de valores, leva-os a perceber e a concordar com certas prioridades. Logo, a utilização das práticas culturais tem efeitos directos e indirectos em termos de integração social, pois contribuem de forma positiva para o bem-estar psicológico e social e aumentam a sensibilidade criativa e empreendedora dos indivíduos (Kinder e Harland, 2004). Também justificam e dão consistência a uma memória colectiva, servindo como repositório de ideias criativas e intelectuais para as gerações futuras.

Capucha salienta que “a qualidade social não decorre da

43] Anthony Charles Lynton Bair, “Tony Blair” (1953-) é um político britânico que ocupou o cargo de primeiro-ministro do Reino Unido de 2 de Maio de 1997 a 27 de Junho de 2007. Foi líder do Partido Trabalhista de 1994 a 2007 e membro do Parlamento Britânico de 1983 a 2007.

44] James Gordon Brown (1951-) sucedeu a Tony Blair como primeiro-ministro do Reino Unido e foi líder do Partido Trabalhista entre 2007 e 2010.

natureza das próprias coisas, antes só pode ser resultado da mobilização de poder e, em particular, das políticas públicas” (2010, p.31). Essas políticas públicas activas outorgam competências às pessoas e, ao mesmo tempo, facilitam a sua inclusão no emprego, nos serviços e nos cuidados de saúde, bem como nos sistemas educativo e formativo, no mercado habitacional, nos sistemas de protecção e segurança em famílias e comunidades, o “que implica a combinação de políticas universais com políticas de diferenciação positiva, dirigidas aos grupos mais desfavorecidos, segundo critérios de justiça social” (Capucha, 2010, p.31).

Apesar dos esforços de identificação da problemática da inclusão/exclusão social a estrutura vigente nas sociedades continua a fazer distinção entre os grupos sociais com base em alguns critérios e de forma selectiva, colocando os possuidores de bens de um lado e os desapossados à margem da maioria. Essa diferenciação não se reflecte apenas no que respeita à distinção dos grupos sociais, mas também à apropriação do espaço e do território por parte dos mesmos grupos, nomeadamente às zonas de residência (Labandeiro, 2004). A localização e a ocupação dos territórios reflectem situações de desigualdade e de diferenciação social. Nos anos 90, com a ampliação do uso do termo exclusão social,

... as desigualdades sociais ao invés de desaparecerem, reconfiguraram-se e complexificaram-se quer devido à heterogeneidade das situações, quer devido ao seu carácter instável, persistente, dinâmico e evolutivo, atestando fenómenos de precarização, de ruptura, de crise de identidade, ou mesmo, de vazio social (Guerra, P., 2002, p.101).

A segregação urbana é uma das tendências da política da cidade que se faz acompanhar pelas desigualdades sociais nos territórios (Labandeiro, 2004), sendo na área suburbana que a segregação e a discriminação espacial são bem mais evidentes. As habitações sociais situam-se normalmente na periferia ou em zonas suburbanas caracterizadas por uma panóplia de problemas bem comuns entre eles, desde a delinquência, à prostituição, ao consumo e ao tráfico de droga, entre outros.

As políticas das cidades parecem cada vez mais acentuar e agravar as desigualdades territoriais, nomeadamente com a concentração dos grupos sociais mais fragilizados em áreas delimitadas e negativamente identificadas. Baseado quer em hábitos ocupacionais provindos do passado, quer em alterações na avaliação dos espaços urbanos existentes, estabelece-se um contraste bastante notório em termos de apropriação de espaços: “geralmente os bairros de habitação social traduzem práticas de fechamento sócio espacial, que limitam e dificultam as estratégias de fuga ao estigma que lhes está associado” (Labandeiro, 2004, p.20).

Na maioria dos bairros de habitação social os seus habitantes vivem verdadeiras situações de degradação social. Más condições de habitabilidade, alojamentos superlotados e de subaluguer são indicadores que representam uma maior exposição das populações a situações de vulnerabilidade, isto é, as que vão integrar a habitação social, também ela circunscrita a perímetros delimitados: “a política habitacional social tem-se desenvolvido na concentração em grandes aglomerados de famílias que vivenciam problemas comuns, mas que têm especificidades e características socioculturais muito próprias e heterogéneas” (Labandeiro, 2004, p.21).

O conceito de bairro é em si mesmo, um pouco ambíguo, porque a imagem do que é um bairro está fortemente implantada no senso comum, “pelo menos os habitantes dos universos urbanos julgam saber muito bem o que é” (Contumélias, 2008, p.230). O conceito de bairro terá uma existência retórica e construtora de uma imagem do real, ou seja, cada habitante tem a sua definição de acordo com o bairro em que habita. Lynch (1999) apresenta uma definição mais abrangente que contempla mais do que um ponto de vista:

os bairros são áreas citadinas relativamente grandes, em que o observador pode penetrar mentalmente, e que têm alguns aspectos comuns. Podem estar organizados do ponto de vista interno e, ocasionalmente, podem servir de ponto de referência externo, quando alguém por eles passa ou os atravessa (Lynch, 1999, p.78).

Lynch acentua ainda as continuidades temáticas que podem identificar cada bairro indicando componentes como a textura, o espaço, o tipo de edifícios, o estado de conservação, os costumes, os habitantes... (Lynch, 1999, p.79).

Contudo, Labandeiro (2004) define bairro salientando o factor humano neles presente:

... uma unidade habitacional, que não se esgota no conceito de vizinhança, porque extravasa o domínio das relações primárias e informais, os seus limites não são necessariamente geográficos nem tão pouco administrativos. Os seus limites encontram-se na identidade colectiva que une os habitantes dessa unidade habitacional (Labandeiro, 2004, p.22).

Contumélias vai mais longe na caracterização de bairro, tendo em conta não só a representação mental que dele têm os seus habitantes e os que lhe são exteriores, como salienta a insularidade que permeia esta construção:

a imagem «tradicional» de bairro é, de facto, algo do foro da ilusão, um ideal-tipo que apenas existe por inteiro na representação que os atores sociais dele fazem e essa é a de uma cidade dentro da cidade, uma comunidade harmoniosa e calma, onde as pessoas se conhecem e se respeitam, sendo simultaneamente livres e solidárias (Contumélias, 2008, p.233).

Porém, esta ideia de bairro é uma construção social e, sendo assim, não remete apenas para a imaginação simbólica dos agentes sociais tomados individualmente, decorrendo, sim, de um conhecimento partilhado resultante de experiências comuns e transmitidas, por vezes, de geração em geração. Não obstante, os bairros evidenciam características distintas que reflectem os comportamentos aceitáveis, ou não, de acordo com as regras vigentes na cidade na sua plenitude. Assim, segundo Contumélias (2008), alguns bairros apresentam características gerais positivas e outros caracterizam-se pela negativa:



... o pensamento binário ordena os bairros em duas categorias: «bairros bons» e «bairros maus», justapondo em cada uma delas, a cada bairro em particular, um qualificativo, simbolicamente atribuído do exterior que, enquanto representação dominante, igualmente condiciona visões e comportamentos no seu interior (Contumélias, 2008, p.233).

No caso do bairro social, a conotação que o rotula é negativa, de inferiorização social e cultural, classificação que é interiorizada pela população que aí habita, arrastando consigo a segregação e a marginalização. Esse sentimento de inferioridade agrava a indefinição identitária que lhe está associada, promovendo estratégias de isolamento e demarcação face ao território. A percepção e a avaliação do espaço-bairro, nestes casos, não dependem tanto do apreço por factores como a habituação ao bairro, as boas relações de vizinhança, mas antes a interiorização de uma imagem negativa e estigmatizante, indutora de sentimentos generalizados de insegurança. Ora tal negatividade na representação do espaço condiciona obviamente as formas de apropriação desse espaço, bem como as possibilidades de enraizamento e identidades locais (Pinto, 1994).

A imagem negativa ou a invisibilidade social em relação ao exterior, acaba por influenciar a identidade cultural de um bairro social relacionada com dinâmicas internas e externas em consequência de redes sociais em conflito. Os bairros de habitação social são vistos como territórios de exclusão por se encontrarem aí grupos mais vulneráveis, associados a vários problemas sociais. A população que os habita tende, geralmente, a adoptar, de modo mais ou menos consciencializado, vivências e práticas fortemente condicionadas pelo estigma que é atribuído ao espaço.

O processo de exclusão representado física e socialmente na realidade dos bairros sociais vive uma relação dialéctica com a coesão urbana essencial, segundo Lynch (1999), para a existência de uma cidade. Para além das ruas que unem os vários núcleos dentro da urbe há ainda espaços denominados públicos que representam áreas de potencial partilha e encontro. Esses espaços públicos podem ser constituídos por parques ou jardins, distintos no seu vocacional objectivo, dos não-lugares tal como definidos

45] “Se um lugar se pode definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode definir-se nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar” (Augé, 2016, p.69).

Cf. Augé, M. (2016). *Não-Lugares – Introdução a uma antropologia da sobre-modernidade*. 2ª ed. Trad. Miguel Seras Pereira. Lisboa: Livraria Letra Livre.

46] Sobre a importância do espaço público nas manifestações políticas consulte-se Vieira, M. B. (2015). “Espaço, representação, democracia” *XXI, Ter opinião*, nº 4, JAN-JUN, pp.112-117.

47] Edição no original Lefebvre, H. (1968). *Le Droit à la ville*, I. Paris: Ed. Seuil. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Lefebvre, H. (2012). *O Direito à Cidade*. Trad. Rui Lopo. Lisboa: Livraria Letra Livre.

por Augé<sup>45</sup>. A existência destes espaços públicos assegura o cruzamento de vários grupos sociais em momentos de lazer, ou de manifestação colectiva de natureza política ou outra, reforçando assim laços de pertença que de outra forma parecem esvaír-se.

É precisamente neste tipo de espaços que se vão encontrar, cada vez com mais frequência, expressões de vontade de denúncia ou participação na coisa pública, *res publica*, seja em movimentos de coloração política<sup>46</sup>, seja em expressões de cunho artístico.

### 3.3.1 EDUCAÇÃO PARA A CIDADANIA

Uma das formas de preparar os indivíduos para uma vivência consciencializada, isto é, que faça deles mais do que residentes num qualquer lugar, cidadãos acontece por via da arte. A arte pública é frequentemente associada precisamente a este processo de preparação para a cidadania, entendendo-se cidadania como “o vínculo político-jurídico que, traduzindo a ligação de um indivíduo a um estado, o constitui perante o estado num particular conjunto de direitos e obrigações” (Correia, 2013, p.110). Também Peter Brooker (2003) aponta a relação entre uma identidade política e o indivíduo através de princípios políticos em que ele se revê (Brooker, 2003, pp.28-29). Na verdade, tanto Correia como Brooker radicam, antes de mais, na associação da palavra grega para cidade, *polis*, e a presença participativa e atenta dos seus cidadãos. Correia (2013) sublinha, a propósito e apoiando-se no conceito de “Direito à Cidade”<sup>47</sup> forjado por Lefebvre (1968):

... a cidade é o lugar por excelência do exercício da cidadania, a qualidade do exercício da cidadania é inseparável da própria qualidade da cidade, isto é, da qualidade do urbano e da urbanidade, e a reivindicação de uma melhor cidadania pode, ou melhor, deve ser feita, também no quadro da reivindicação de uma melhor cidade (Correia, 2013, p.112).

Ora, a arte pública pela sua localização em espaços públicos, de livre acesso, constitui uma das formas de envolver os habitantes daquela cidade ou vila em memórias ou em qualquer tipo de referências que lhes possa fazer sentir e despertar um sentimento de pertença. Regatão (2007) é, porém, peremptório em

distinguir o conceito de arte pública surgido nos anos 60 do século XX da noção transmitida pela presença em área aberta “do tradicional monumento comemorativo” (Regatão, 2007, p.11). Para ele, a arte pública é susceptível de diversas abordagens para além da simples destrição entre a arte que se encontra no espaço público da arte exposta nos museus e galerias que, segundo Maria Manzanares (1999) é a premissa inicial da sua definição: “... para a promoção e difusão da arte contemporânea destacam-se, (...) a comissão de projectos artísticos destinados a serem mostrados em espaços públicos, considerados um dos objectivos mais proeminentes das novas leis”<sup>48</sup> (Manzanares, 1999, p.17). Também Malcolm Miles (1997) perfilha a mesma ideia ao afirmar que “o termo 'arte pública' descreve de uma maneira geral trabalhos que foram comissariados para locais públicos de livre acesso”<sup>49</sup> (Miles, 1997, p.5). Patricia Philips (1998), no entanto, vai mais longe na reflexão sobre este conceito porque considera que a arte pública se define não só pela sua localização, como pelos objectivos que visa:

A arte pública não é pública só porque está ao ar livre (...) é pública porque é uma manifestação de actividades e estratégias que tomam a ideia de público como a génese e o tema da sua análise. É pública devido à natureza das questões que escolhe levantar ou contemplar e não em virtude da sua acessibilidade ou número de observadores<sup>50</sup> (Philips, 1998, pp.297-298).

Para esta autora, a arte pública envolve públicos, sendo este um dos elementos essenciais na produção da mesma, acrescentando Miles (1997) que este tipo de intervenção artística abrange várias formas de manifestação e está em constante transformação, podendo incluir “programas de arte comunitária”<sup>51</sup> (Miles, 1997, p.8).

Robert Atkins (1997) sumariza estas perspectivas sobre a arte pública definindo-a concisamente como “simplesmente arte produzida para, e reconhecida pela comunidade”<sup>52</sup> (Atkins, 1997, p.159). Afigura-se ainda pertinente a relação estabelecida de forma explícita por Caeiro (2014) entre arte pública e cidade:

48] T.L. de: ... para la promoción y difusión del arte contemporáneo sobresale, (...) el encargo de proyectos artísticos destinados a mostrarse en los espacios públicos, considerado como uno de los objetivos más destacados de las nuevas leyes.

49] T.L. de: the term 'public art' generally describes works commissioned for sites of open public access.

50] ] T.L. de: Public art is not public just because it is out of doors (...) it is public because it is a manifestation of art activities and strategies that take the idea of public as the genesis and subject for analysis. It is public because of the kinds of questions it chooses to ask or adress, and not because of its accessibility or volume of viewers.

51] T.L. de: community arts programmes.

52] T.L. de: is simply art produced for – and owned by – community.

na arte pública como a entendo – arte de criar público – , menos uma *arte na cidade* e mais uma *arte da cidade*, a vernacularidade, o populismo e o quotidiano deverão ser lidos e sobretudo tornados criticamente operativos enquanto peças de um jogo de comunicação e interacção com as dinâmicas sociais (Caeiro, 2014, p.573).

As dinâmicas sociais invocadas por Caeiro vêm ao encontro da noção de práticas que Remesar & Silva (2010) consideram inerentes à arte pública e que têm a seguinte missão:

... “embelezar a cidade”, “aproximar a arte contemporânea” dos cidadãos e, também, com a mudança de formas pertinentes aos tempos, manter viva a tradição da “comemoração” e do resgate da memória das personagens, pessoas e lugares de uma cidade (Remesar & Silva, 2010, p.83).

Ainda que a noção da revisitação das memórias e a presença das tradições comunitárias tenha tido e continue a ter um papel importante nos laços de cidadania, actualmente a tónica parece ter-se movido para a preocupação com o estabelecimento de relações de proximidade entre a arte e os cidadãos como reflexo da sua postura e identidade sociais e políticas.

A importância da localização de obras de arte pública em espaço aberto e acessível a públicos alargados mantém-se, todavia, como condição obrigatória deste conceito (Regatão, 2007), na medida em que é um factor capaz de demolir barreiras de ordem social ou económica. De facto, a interacção com o público, de forma espontânea ou accidental, resultante do modo como as pessoas se cruzam ou deambulam pela cidade induzem a um diálogo com a obra no espaço da urbe. Ao invés dos espaços convencionais, nomeadamente museus e galerias, normalmente frequentados por visitantes com interesse artístico prévio que os faz deslocarem-se até esses locais específicos, a esfera pública permite a descoberta da arte/cultura por um público diversificado e abrangente.

No âmbito da arte pública pode ainda considerar-se a ideia de *site-specific* que se define pela criação da obra de arte especificamente para um determinado lugar, deixando o espaço en-

volvente de ser um elemento secundário para se constituir como o determinante da obra desde o seu planeamento à sua concepção e concretização posterior (Kwon, 2002, p.65).

A posição hegemónica atribuída à localização da obra no âmbito do conceito *site-specific* sublinha a importância do espaço em relação à obra e, para o presente estudo a noção de espaço urbano, tanto como objecto a captar através de fotografia, como de zona pública de exposição, é particularmente relevante, pois traduz dois momentos diferentes de interacção de indivíduos pertencentes à comunidade urbana. Por um lado, os jovens habitantes dos bairros sociais escolhidos para o projecto “Moro Aqui ao Lado” (1ª fase), actuando como agentes artísticos a observarem, seleccionarem e fotografarem aspectos da sua realidade circundante; por outro, os públicos que, externos aos bairros, mas igualmente presentes em Lisboa, puderam ver essas representações de zonas citadinas que, provavelmente, muitos deles desconheciam ou, quase em cegueira selectiva ignoram socialmente. Este projecto constitui um exemplo da ligação de uma expressão artística com o espaço envolvente e com os públicos, tornando-se, de certa forma, uma referência de arte pública ou arte urbana, como alguns preferem designá-la.

Na verdade, a designação arte urbana, em inglês *urban art*, surgiu primeiramente associada ao *graffiti* e à *street art* na exposição *Spank the Monkey* de 2006 em Gateshead, no Reino Unido (Bengtson, 2014, p.67). Esta designação traduziu, de certo modo, uma tendência de comercialização da *street art* o que veio a merecer a crítica negativa de alguns quadrantes. Contudo, a arte urbana ou *urban art* também evoca a prática de desenhar a cidade levada a cabo por artistas do oitocentismo britânico associados ao movimento pré-raphaelita, tal como William Morris ou John Ruskin. No caso português, a arte urbana também viria a reverberar duas perspectivas de abordagem distintas. Por um lado, a associação ao *graffiti* é reconhecida vindo a ilustrar-se na criação da Galeria de Arte Urbana – GAU (Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa), na Calçada da Glória em 2008, que tinha como objectivo:

... confirmar o graffiti e a street art como reconhecíveis e reconhecidas expressões de arte urbana, como uma subcultura artística globalmente presente nas metrópoles mundiais, disponibilizando um espaço e um tempo próprios, na Galeria da Calçada da Glória (Carvalho & Câmara, 2014, p.26).

Por outro lado, a tradição do entendimento de arte urbana em Portugal como intervenção artística na urbe parece ter inspirado o projecto apresentado por António Mega Ferreira (1996) para a candidatura relativa à feira internacional EXPO'98, ao apontar designios a ter em conta relativos à simbiose entre o recinto escolhido e as intervenções a serem nele operadas:

Na fase da concepção, é o poder de sugestão do tema que inspira o lay-out do recinto, a articulação entre os espaços temáticos, o conceito unificador do espaço público, elementos que permitirão, enfim, construir uma imagem do evento. Na fase de desenvolvimento, pode ainda o tema ser o grande traço de união entre os organizadores e os participantes, oficiais ou não oficiais, públicos ou privados (Mega Ferreira, 1996, p.11).

Assim, arte urbana pode ser entendida no contexto português como um conceito em quase justaposição relativamente à utilização de arte pública tal como Suzanne Lacy (1995) a descreve em *Mapping Terrain: New Genre Public Art*. Segundo esta autora, arte pública tem uma forte componente social, englobando projectos de índole social e comunitária em que artistas e comunidades estabelecem uma relação interactiva com o objectivo de criar e desenvolver projectos que levem o espaço comunitário e as vivências dos seus residentes para além dos limites estabelecidos pela inércia dos costumes (Lacy, 1995).

A arte pública, torna-se assim, uma expressão interventiva com múltiplas vertentes, como sejam “a arte pública de provocação e ruptura com a concepção de monumento, arte pública de carácter utilitário, arte pública integrada na arquitectura, arte pública efémera, por último, a arte pública de intervenção comu-

nitária” (Regatão, 2007, p.81). Em virtude da sua acessibilidade alargada e diversificada, a arte pública implica a potencial polémica entre todos os envolvidos. Desde urbanistas a arquitectos, designers, representantes do poder local, artistas e, até, cidadãos pertencentes à urbe, a pluralidade de opiniões e de múltiplos sentidos do gosto e do significado surgem amiúde reflectindo, por um lado, o pulsar democrático urbano e, por outro, a difícil gestão requerida por qualquer projecto que implique mudanças físicas e de consequências sociais, até no plano emotivo, dos membros de uma comunidade:

... patrocinador e artista, junto por vezes com comité de especialistas, o arquiteto autor do desenho urbano, ou comissário artístico, são frequentemente os sujeitos ativos do processo: eles decidem sobre o local onde ser colocado, quando ser colocado, como ser colocado, o tema, a forma de tratar o tema, o financiamento, etc., esquecendo-se ignorando-se, ou recusando-se a participação dos cidadãos (Correia, 2013, p.114).

O impulso de mudança que a arte pública representa no plano social e comunitário expressa-se cada vez com maior frequência em projectos educativos. Ora, no que toca à educação para a cidadania, não pode de modo algum ignorar-se a envolvimento entre artistas, pedagogos e cidadãos. Todos são parte integrante de um processo que visa suscitar um grau de compromisso e de capacidade modificadora da vida e da face da cidade nos tempos vindouros.

Savater (1997) sublinha a importância cívica da educação para concretizar a mudança social das comunidades. Neste sentido, a educação pela arte constitui uma ferramenta eficaz na medida em que induz cada indivíduo a interpretar e criar objectos artísticos e, ao fazê-lo, está em processo de formação da sua própria identidade porque, como diz Freedman (2003, p.2): “A educação é um processo de formação de identidade porque nós mudamos à medida que aprendemos; a nossa aprendizagem muda o nosso eu subjetivo”<sup>53</sup>.

A educação pela arte passa, portanto, pela construção e transformação tanto do eu como do colectivo em que cada um se

53] T.L. de: Education is a process of identity formation because we change as we learn; our learning changes our subjective selves.



insere. Eisner (2004) sublinha, inclusivamente, a relação profunda que existe entre as artes e o seu papel na transformação da consciência através das nossas características biológicas. Recorda o seu leitor que são os sentidos os primeiros a transmitir uma percepção do ambiente circundante, suscitando assim uma resposta por parte do sujeito cognoscente. O que, no início da vida, é uma resposta reflexa e de instinto aos estímulos sensoriais, posteriormente pode tornar-se na procura de estímulo, diferenciação, exploração e, mais tarde de significado. Contudo, para isto acontecer é necessário que se recorra a ferramentas de cultura, como sejam a linguagem, as artes, a ciência e outras formas de expressão humana:

A educação, por sua vez, é o processo de aprendermos a criar-nos a nós mesmos; e isto é o que fomentam as artes entendidas como processo e como os frutos desse processo. O trabalho nas artes não é apenas uma maneira de criar acções e produtos; é uma maneira de criar as nossas vidas ampliando a nossa consciência, dando forma às nossas vidas ampliando a nossa busca de significado, estabelecendo contacto com os outros e partilhando uma cultura<sup>54</sup> (Eisner, 2004, p.19).

54] T.L. de: La educación, a su vez, es el proceso de aprender a crearnos a nosotros mismos; y esto es lo que fomentan las artes entendidas como proceso y como los frutos de ese proceso. El trabajo en las artes no sólo es una manera de crear actuaciones y productos; es una manera de crear nuestras vidas ampliando nuestra consciencia, conformando nuestras vidas ampliando nuestra búsqueda de significado, estableciendo contacto con los demás y compartiendo una cultura.

A educação pela arte tanto pode surgir no âmbito dos planos curriculares desenvolvidos em ambiente escolar, como pode ser desenvolvida mediante projectos extra-curriculares que, embora possam contemplar uma vertente lectiva, acentuam a faceta prática e lúdica da actividade a desenvolver. Aliás, a tónica em acções extra-curriculares dá a liberdade necessária para se desenvolver não só a capacidade de observação e registo da realidade circundante, como também promover a criatividade. A Comunidade Europeia em Conselho dos Representantes dos seus estados membros referiu nas conclusões apresentadas da reunião havida no dia 22 de Maio de 2008 precisamente a importância da criatividade no progresso social:

A criatividade é a principal fonte de inovação, que, por sua vez, é considerada o principal motor de conhecimento e riqueza, enquanto factor fundamental para



melhorias no domínio social, e instrumento essencial para enfrentar desafios globais, como as alterações climáticas e o desenvolvimento sustentável (2008, C 141/17).

De entre as actividades que podem ser contempladas como promotoras da educação pela arte pode incluir-se a fotografia, na medida em que há um processo de observação e registo de imagens que passarão a ganhar significados e a ser alvo de transformações do real através quer da imaginação, quer das técnicas aprendidas. Como esclarece Eisner: “a imaginação, alimentada pelas características sensoriais da experiência, expressa-se nas artes por meio da imagem. A imagem, elemento central da imaginação, tem um carácter qualitativo. É inquestionável que vemos com os olhos da nossa mente” (Eisner, 2004, p.20).

Aliás, já Herbert Read na sua obra *Educação pela Arte* sublinhava a importância fundamental da arte no processo educativo, afirmando que “o objectivo geral da educação é o de encorajar o desenvolvimento daquilo que é individual em cada ser humano, harmonizando simultaneamente a individualidade assim induzida com a unidade orgânica do grupo social a que o indivíduo pertence” (Read, 1982, p.21). Para Read a expressão artística é multifacetada, o mesmo devendo, portanto, acontecer com a educação pela arte que deve abranger a educação musical, cinética, verbal, construtiva, plástica e visual (Read, 1982, p.22). A abrangência do modelo que traça traduz uma visão integradora da arte em todas as manifestações que o ser humano pode desenvolver ao longo da sua vida, enriquecendo-se no plano da sua consciência individual pelo exercício da sua percepção e da sua imaginação, e no plano colectivo pela capacidade de intervir no palco da sociedade.

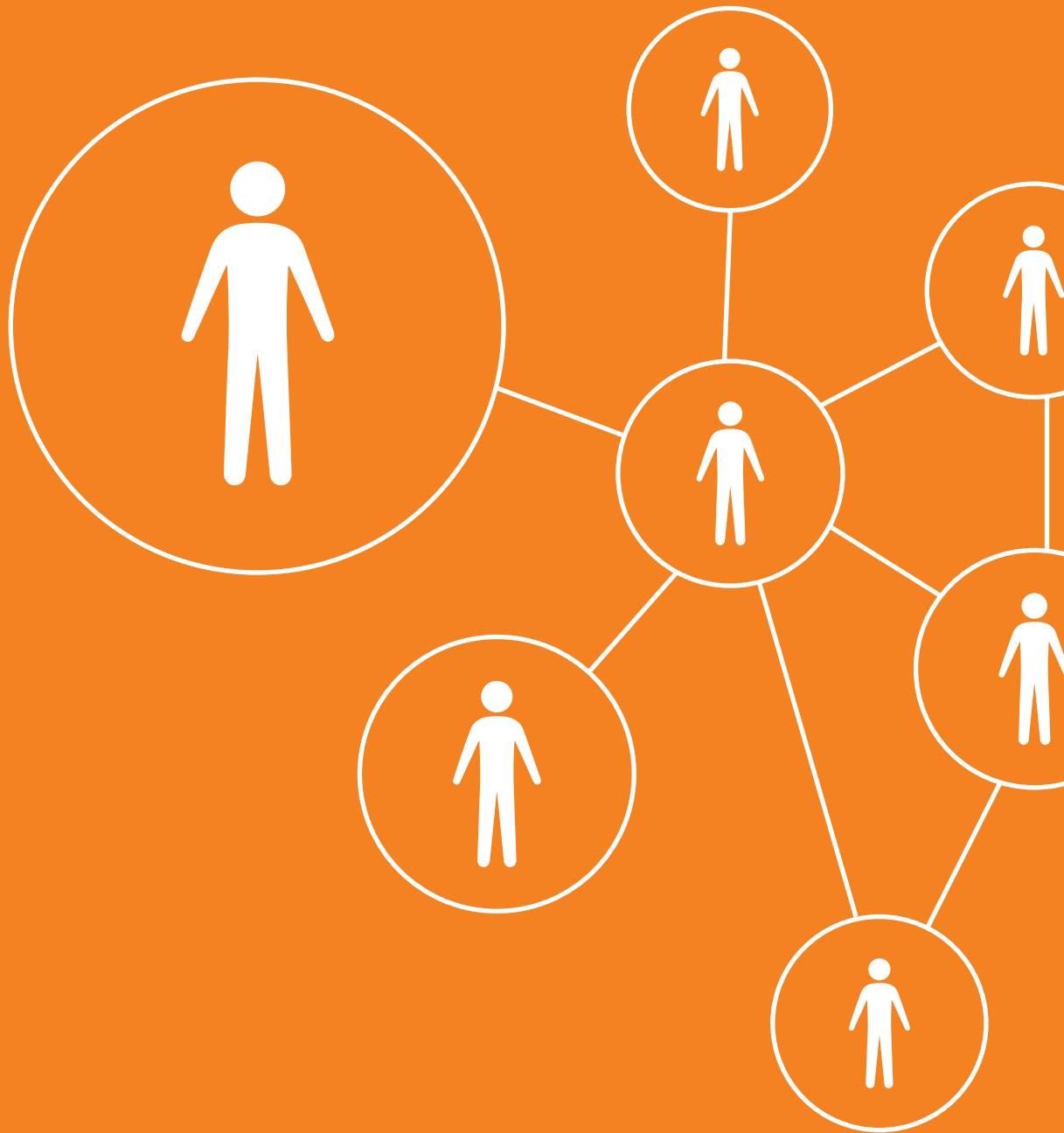
Na esteira dos pressupostos teóricos invocados, o “Projecto Moro Aqui ao Lado”, desenvolveu uma acção educativa apoiando-se numa actividade artística acessível a grupos de bairros sociais com carências não apenas materiais, mas também traumas identitários discriminatórios. A fotografia, enquanto actividade que exige capacidades de observação e análise para escolha e determinação dos objectos considerados a salientar, constitui também uma forma de expressão artística na medida em que se

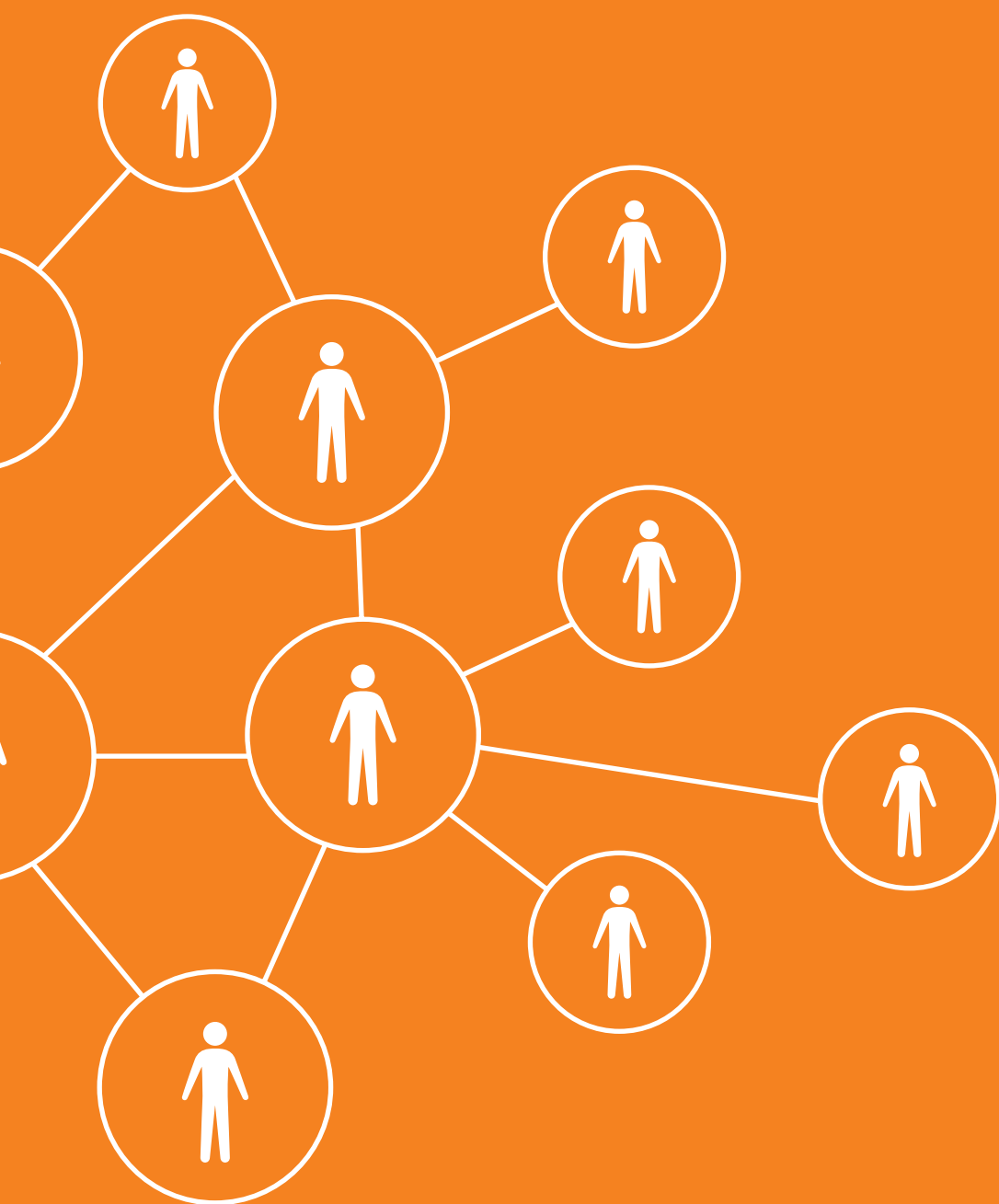
repercute na sensibilidade estética de quem a pratica, como diz Read “a arte, como quer que a definamos está presente em tudo o que fazemos para agradar aos nossos sentidos” (Read, 1982, p.28). Para além disso, a fotografia, pelo seu testemunho imagético, constitui um exercício fundamental para o reconhecimento da identidade comunitária e, a partir dela, a construção de identidades individuais com uma auto-estima mais elevada dado o sucesso conseguido durante a acção formativa. Mais uma vez Eisner (2004) sublinha a importância da criação de imagens para atingir formas de pensamento mais completas e úteis por parte dos que se envolvem numa determinada actividade ou estudo (Eisner, 2004, p.14).

Na verdade, a educação pela arte envolve uma relação entre o agente artístico e o seu objecto de observação e experiência que irá depois representar, tornando esse objecto artístico simultaneamente num elemento informativo e estético, assim criando pontes até potenciais destinatários. Este aspecto relacional é enfatizado por Read (1982) que considera a arte como uma forma eficaz de comunicação e “a comunicação implica a intenção de afectar outras pessoas, e é por isso uma actividade social” (Read, 1982, p.199). É neste sentido que a educação pela arte promovida entre grupos de jovens de bairros sociais e a arte por eles produzida evidencia duas tipologias de comunicação, a saber: a comunicação entre formadores e formandos com o propósito de os iniciar numa prática que até aí lhes era desconhecida e lhes estimulou capacidades cognitivas, emotivas e criativas; a comunicação entre as obras criadas pelos jovens formandos e os públicos que a elas acederam, suscitando igualmente emoções estéticas e um potencial agudizar de consciencialização social.

Tais vectores da educação pela arte vieram a ser desenvolvidas nas duas fases do projecto aqui apresentado, visando impactos directos nos núcleos de jovens que neles participaram e ondas de influência a mais longo prazo tanto nas comunidades a que os referidos jovens pertencem, como na sociedade considerada de um modo geral.







## 4. Análise de Casos de Estudo





#### 4. ANÁLISE DE CASOS DE ESTUDO

Neste capítulo será feita a descrição e a análise do trabalho de campo efectuado (2013-2014), nomeadamente, o caso de estudo “Projecto Moro Aqui ao Lado” incidente nos Bairros Padre Cruz, Alta de Lisboa e Boavista<sup>1</sup>. O trabalho desenvolvido e a abordagem que se irá apresentar decorre dos conceitos abordados nos capítulos anteriores como fundamentação necessária e pertinente para os objectivos almejados.

Assim, o capítulo inicia-se com a apresentação do projecto e dos seus objectivos baseando-se para tal nos pressupostos anteriormente abordados relativos à vivência cidadina e ao binómio conceptual de exclusão/inclusão social. Posteriormente, descreve-se a forma como foram contactados e seleccionados representantes dos três bairros sociais da zona de Lisboa e como foram formulados os convites aos potenciais formadores da primeira fase do projecto. Segue-se uma breve análise e descrição dos três bairros escolhidos – Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista –, bem como das associações e organizações que apoiaram o projecto e o modo como este foi divulgado nos referidos bairros.

A seguir, relatar-se-ão as sessões de fotografia realizadas em cada bairro, entendidas como concretizações de um trabalho desenvolvido no âmbito da educação pela arte e, nesse sentido, incluiu-se a feitura dos *posters* que compuseram a exposição fruto dos procedimentos apreendidos pelos participantes ao longo deste processo.

A primeira fase do projecto culminou com a entrega de um questionário para inquérito aos jovens participantes para viabilizar a computação de dados que consubstanciassem o resultado da experiência de modo a obter uma primeira leitura da eficácia desta via educativa na formação de uma consciência de cidadania. Assim também se encontra neste capítulo a análise às perguntas do questionário, procurando-se determinar a reacção dos jovens participantes ao ateliê de fotografia e o seu impacto tanto em relação a esta actividade específica, como ao seu desenvolvimento enquanto indivíduos e às suas capacidades relacionais.

No final da primeira fase do projecto, à semelhança da

1] Primeira fase do projecto Abril a Agosto 2013;

Segunda fase do projecto Novembro de 2013 a Setembro de 2014.

metodologia aplicada aos participantes, foi feito um questionário para inquérito aos formadores para apurar a sua avaliação relativamente aos *workshops* efectuados em cada bairro e aos jovens participantes na actividade.

Depois de retiradas as ilações relativas à primeira fase do “Projecto Moro Aqui ao Lado” e devido à boa aceitação por parte dos jovens, este foi retomado dando origem a uma segunda fase desenvolvida nos mesmos bairros e com os mesmos jovens e/ou outros que nele estivessem interessados. Em consequência, será feita uma breve descrição do planeamento e do desenvolvimento desta segunda fase e, posteriormente, o relato das sessões que tiveram lugar em cada bairro, não só tendo em vista o aprofundamento dos conhecimentos associados à fotografia e ao design, como à construção das suas identidades de uma forma mais positiva e aberta. Por fim proceder-se-á à narrativa da organização de uma exposição final cujos elementos serão analisados segundo os pressupostos mencionados com algum detalhe.

Também nesta fase, após o período destinado à exposição, elaborou-se e entregou-se um questionário para inquérito aos jovens participantes com o intuito de determinar as suas motivações e os seus interesses ao participarem no ateliê de fotografia. Realizou-se, simultaneamente, um questionário *online*, disponível na página de *facebook* do projecto, o qual é igualmente alvo de análise. O processo adoptado, ainda que limitado no seu período de aplicação, permite delinear um modelo de design para a inclusão social desde a sua génese aos resultados propostos, destacando o papel e a envolvimento do designer em contextos sociais complexos como os bairros contemplados no projecto.



## 4.1 TRÊS BAIRROS SOCIAIS

O projecto consistiu no envolvimento de grupos de jovens pertencentes a três bairros sociais da área metropolitana lisboeta numa acção por um período limitado, embora regular e continuada, do estudo e da prática da fotografia enquanto expressão de educação pela arte para fomentar as suas oportunidades formativas de um modo cativante e relativamente fácil e, sobretudo, traduzindo-se numa via de integração e afirmação sociais.

Nos três casos foi proposto que grupos de jovens participassem em sessões dedicadas à aprendizagem da fotografia durante cerca de três meses. Ficou claro que o objectivo não se limitava à transmissão de conhecimentos sobre fotografia e aplicação do design à fotografia, em si mesmas matérias interessantes para qualquer adolescente na medida em que os resultados obtidos das suas experiências lhes são quase de imediato evidentes.

O objectivo primordial consistia na sua tomada de consciência relativamente ao espaço de residência e o desenvolvimento das suas capacidades de transmitir as respectivas visões do bairro a outrem, pois, como afirma Eisner “a percepção é um evento cognitivo. O que vemos não é simplesmente uma função do que tomamos do mundo, mas do que pensamos dele”<sup>2</sup> (Eisner, 2004, p.14). O processo adoptado estimularia o reconhecimento identitário a nível singular e colectivo, assim fomentando a solidariedade interna, mas, simultaneamente, potenciando o seu relançamento na sociedade mais alargada através do diálogo imagético estabelecido.

Reconhecida que foi a identidade do bairro social, o presente projecto procurou concretizar esse conhecimento com a colaboração de grupos de habitantes dos três bairros: Bairro Alta de Lisboa Centro (Musgueira Norte) na Freguesia do Lumiar, Bairro Padre Cruz na Freguesia de Carnide e o Bairro Novo do Calhariz (Bairro Alto da Boavista) situado na Freguesia de Benfica. Procurou-se, assim, seguindo directrizes apontadas por ideólogos como Regatão (2007) no que concerne a capacidade interventiva da arte pública, contribuir para o alívio ou, desejavelmente, a anulação de características potencialmente negativas que eram correntemente apontadas

2] T.L. de: La percepción es un evento cognitivo. Lo que vemos no es simplemente una función de lo que tomamos del mundo, sino de lo que pensamos de ello.

a estas comunidades.

Os três bairros nomeados pertencem à área metropolitana de Lisboa, cidade escolhida porque densamente populada em termos do território nacional e, portanto, passível de conter bairros exemplificativos da problemática da exclusão/inclusão social, tal como explorada por Labandeiro (2004) e Paula Guerra (2002).

O projecto consubstanciou-se, pois, na transmissão e na prática de conhecimentos e exercícios da aplicação do design na fotografia tendo como base conteudística a realidade de cada bairro e tomando como base metodológica a abordagem aplicada por Ricardo Marín e Joaquín Roldán, tal como descrita no artigo intitulado “Photo essays and photographs in visual arts-based educational research” (2010). As suas noções de fotografia independente, série ou discurso fotográfico revelaram-se pertinentes para o entendimento das representações dos bairros e da cidade em geral captadas pelos jovens aprendizes.

No respeitante à logística do projecto, desenvolveram-se contactos com associações e entidades de diversos bairros sociais da zona de Lisboa. Após o estabelecimento dos primeiros contactos, verificou-se que os três bairros seleccionados ofereciam potencialidades para o desenvolvimento do projecto e, simultaneamente, apresentavam características distintas, o que tornava o desafio mais interessante e completo.

No último trimestre do ano de 2012 procurou-se o apoio do “Projecto Ser Maior”<sup>3</sup> sito no Bairro da Boavista e estava tudo delineado de modo a que um dos casos de estudo fosse concretizado com a sua colaboração. No entanto, tal não foi possível devido ao “Projecto Ser Maior” ter entretanto terminado, sendo necessária uma recandidatura à entidade financiadora, o Programa Escolhas. A recandidatura, porém, não foi aceite e, assim, o referido projecto cessou funções no final do ano de 2012, o que implicou recomençar a procura de outra entidade colaboradora no Bairro da Boavista.

Ainda através do “Projecto Ser Maior” conseguiu-se obter o contacto da Associação Recreativa de Moradores e Amigos do Bairro da Boavista (ARMABB), na pessoa do seu Vice-Presidente Joaquim Pinto e, em Janeiro de 2013, entabularam-se conversa-

3] O “Projecto Ser Maior” esteve inserido no Programa Escolhas e interveio no Bairro da Boavista em Lisboa. Tinha como principal objectivo ajudar diariamente os jovens nos trabalhos escolares. O projecto recebia entre 10 a 15 jovens do ensino básico que tinham apoio escolar das 15h30 às 17h (Cf. <http://bairrodaboavista-lisboa.blogspot.pt/2009/03/projecto-ser-maior-ajuda-nos-tpc.html>).

ções para proceder à elaboração do protocolo de cooperação.

O segundo contacto estabelecido foi no Bairro Alta de Lisboa Centro, no final de Outubro de 2012, onde se procurou que uma associação, também financiada pelo Programa Escolhas, colaborasse com este projecto. Porém, já estava aí a decorrer uma actividade ligada à fotografia e, em alternativa, surgiu a hipótese de trabalhar com o “Projecto All Artes”<sup>4</sup>, sendo este mais dedicado às artes e à educação e inclusão social pela arte. Nessa altura, coube à coordenadora do “Projecto All Artes”, Ana Carapinha, constituir-se nossa interlocutora, visto que, desde logo, aceitou cooperar com a investigação.

Relativamente ao Bairro Padre Cruz, em Janeiro de 2013, iniciou-se o processo de colaboração através da Presidente da Associação de Moradores, Elisete Andrade, que se mostrou disponível para ajudar e, nesse sentido, disponibilizou o espaço para os *workshops* a desenvolver.

Em simultâneo, procurou-se o apoio e/ou o patrocínio de diversas marcas e estabelecimentos comerciais de modo a conseguir angariar o material fotográfico e informático necessários. De entre as entidades contactadas destacam-se as seguintes: Worten, Fnac, Jumbo (Box), Pixmania, Canon, Nikon, Media Markt, Hp, Sony, Samsung, Staples, Fujifilm, Niobo, João Sousa Valles, Renova, Sumol+Compal, NameLoja, entre outras. Seria a Sony a dar resposta positiva à solicitação, tendo emprestado durante o mês de Maio de 2013 uma máquina fotográfica, modelo: Sony NEX-5R + E 18-55 mm F3.5-5.6 OSS prata.

Foi também pedido apoio à Embaixada Lomográfica de Lisboa<sup>5</sup> no sentido de emprestarem máquinas fotográficas. A escolha destes aparelhos deveu-se ao facto de serem normalmente pouco dispendiosas, de plástico, muitas vezes com vazamento de luz, mau alinhamento das lentes e com outros defeitos, o que lhes confere uma assinatura única. A maioria das máquinas nem sequer possui visores; o fotógrafo deve apenas apontar e disparar. Existe uma enorme variedade de máquinas, as mais conhecidas são a *Holga* e a *Diana*. Contudo, há muitos outros modelos e cada um tem uma característica particular, sendo possível assim captar fotografias com efeitos diferentes consoante o modelo utilizado, o

4] O “Projecto All Artes” tem como foco de intervenção a inclusão pela arte: música, dança, teatro fórum e artes visuais. Desenvolvem actividades de inclusão social através da arte e da aquisição e partilha de competências artísticas, pessoais e sociais (Cf. <http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/1346419116R2rHI9vr1Ve85EZ7.pdf>).

5] A lomografia é uma organização globalmente activa dedicada à fotografia experimental e criativa com milhões de seguidores e amigos por todo o mundo. (Cf. <http://www.lomography.pt/about>).

que permite uma aprendizagem mais completa e desafiante. Através do contacto estabelecido com a responsável da loja em Lisboa, Ana de Almeida, foi possível esse empréstimo de máquinas lomográficas. À *Fisheye 2* e *Sprocket Rocket* provindas da embaixada lomográfica juntaram-se mais duas, a *Oktomat*, pertencente à investigadora, e a *Diana*, pertencente à fotógrafa Ana Sofia Santos. Estas quatro máquinas foram utilizadas em duas sessões da primeira fase do projecto.

Foi igualmente pedido apoio às empresas Cemusa e JC-Decaux para a realização da exposição. A JCDecaux cedeu dez *mupis* (1,76mx1,20m) frente e verso para a exposição final e os *posters* da exposição foram impressos com o apoio do CIAUD – Centro de Investigação de Arquitectura, Urbanismo e Design.

Há medida que se celebravam protocolos de colaboração com as entidades de cada bairro, o mesmo acontecia com fotógrafos, nomeadamente, Ana Sofia Santos, Imagerie – Casa das Imagens dos fotógrafos Magda Fernandes e José Domingos –, NameLoja, do fotógrafo Adalberto Santos, e Filipe Inteiro e Carlos Reveles, com o intuito de que eles ensinassem conceitos básicos da fotografia aos jovens associados ao projecto.

Estabeleceram-se, também, contactos com as Juntas de Freguesia onde se integram os respectivos bairros com o intuito de obter apoios para as iniciativas. Foi a Junta de Freguesia de Benfica que veio a contribuir com apoio financeiro, possibilitando a aquisição de cinco máquinas fotográficas compactas. A estas máquinas fotográficas juntou-se mais uma outra, igualmente compacta, pertencente à investigadora. As seis máquinas viriam a ser utilizadas durante todo o projecto.

Nos três casos foi concebido um plano inicial destinado a grupos de participantes em idade escolar que envolvia o recurso à fotografia, em termos práticos e teóricos, enquanto processo educativo pela via artística e, portanto, ferramenta de percepção da realidade comunitária e urbana num sentido mais lato. Como elucidam Frandsen & Petersen (2014):

As actividades educacionais que têm lugar em ambiente urbano podem tomar formas muito diversas. Tipi-

camente a pedagogia urbana combina explorações e visitas de estudo ao ambiente urbano com a participação e o envolvimento práticos no design urbano local e nos projectos de planeamento comunitários<sup>6</sup> (Frandsen & Petersen, 2014, p.183).

A divulgação do projecto junto dos jovens dos bairros recolhidos implicou o já mencionado apoio de organizações sociais neles activas, que se veio a concretizar tanto através dos seus canais habituais – *blogs*, contactos telefónicos e pessoais – como iniciativas de índole mais directo e simples através da exibição e distribuição de cartazes e folhetos com grafia singela que pudesse ser apreendida de modo quase imediato pelos potenciais interessados.

Estas propostas foram vistas em cada bairro como um projecto individual que depois culminaria com uma exposição conjunta, primeiramente tendo como referentes elementos do próprio bairro e, numa segunda fase, versando representações de espaços lisboetas exteriores aos bairros.

Foi mais fácil para as entidades/associações entenderem as actividades desenvolvidas como um projecto de cada bairro. Por esse motivo foi necessário encontrar uma designação que identificasse o que se pretendia fazer e que fosse fácil de memorizar. Assim, optou-se por uma frase e um logotipo simples, mas de múltiplo sentido: “Moro Aqui ao Lado”. Na verdade, quem mora ao lado pode ser o vizinho do bairro, mas também é um apelo de uma comunidade esquecida ou socialmente ignorada para se afirmar como vizinha de outras zonas vistas como de estatuto superior na tessitura urbana. A noção geográfica que o advérbio “aqui” comporta indicia, desejavelmente a anulação entre o Eu/Nós e o(s) Outro(s). Esta foi a denominação utilizada dentro de cada bairro, ficando assim divulgado junto da população local, havendo ainda a possibilidade de se manter como o título da exposição final, aberta a toda a cidade.

6] T.L. de: Educational activities that take place in the urban environment can take many different forms. Typically urban pedagogy combines explorations and field trips into the urban environment with practical involvement and participation in local urban design and community planning projects.

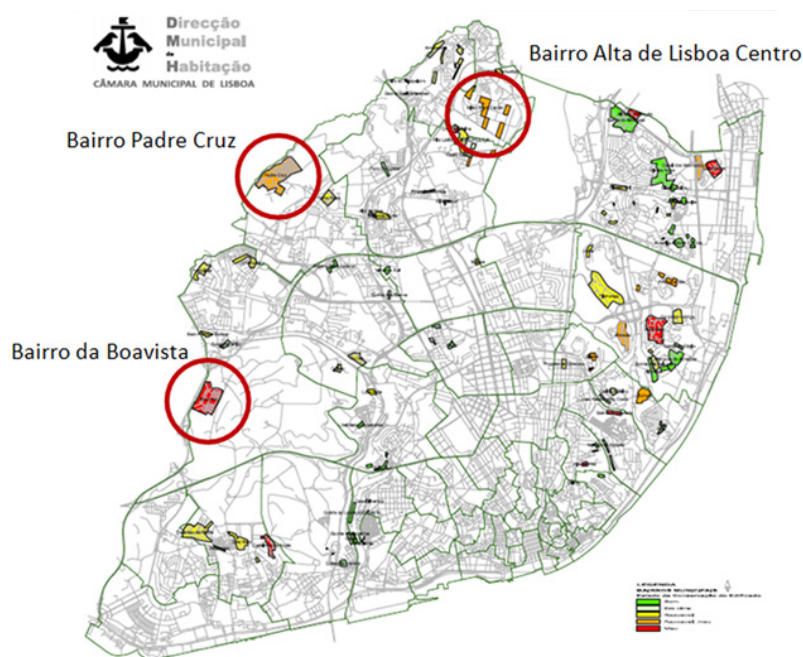


Figura 62, *Bairros Municipais de Lisboa*, Gebalis, Junho de 2011, (<http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/1308569883I1zQI1hn4Cl18JM3.pdf>)

Conforme se pode ver pelo mapa reproduzido (figura 62), os três bairros seleccionados situam-se dentro da cidade de Lisboa, nas zonas oeste e noroeste da capital, e foram testemunha de diversos propósitos remodelatórios desde o seu surgimento até ao presente.

Os bairros assinalados no mapa constituem os núcleos residenciais que acolheram o projecto, passando-se a descrever cada um deles na sua especificidade, bem como as actividades associativas neles existentes.



Bairro Alta de Lisboa Centro (Musgueira Norte) situado na Freguesia do Lumiar



Figura 63, *Vista do Bairro Alta de Lisboa*, autor desconhecido, s.d., (Cordeiro, G. & Figueiredo, T., 2012, p.11)

**Número e Proveniência dos habitantes:** Cerca de 8200 provindos de Musgueira Norte, Musgueira Sul, Quinta Grande, Quinta do Levy, Rua do Arco do Carvalhão, Vale do Forno, Travessa do Pardal, Calvanas, Charneca.

O Bairro da Musgueira começou a formar-se a partir de um núcleo situado na freguesia do Lumiar, junto ao Aeroporto Humberto Delgado, próximo do cruzamento da Estrada da Torre com a Estrada das Amoreiras. Situado no extremo norte da cidade, com aproximadamente 22 hectares, deve possivelmente a sua toponímia à existência de musgos<sup>7</sup> na região.

A formação do Bairro da Musgueira Norte começou a partir de 1963, com um grupo de famílias desalojadas, provenientes da Quinta do Narigão, ao Pote D'Água, vítimas de um aluimento de terras. Nesse mesmo ano, inauguraram-se, em terrenos cedidos pela Câmara Municipal, 21 casas de habitação social, individualizadas, em alvenaria e tijolo, destinadas aos desalojados de um incêndio em barracas ocorrido na Charneca do Lumiar.

Em 1964, foram desalojadas as primeiras famílias da zona

7] Cf. [http://www.gebalis.pt/site/html/alta\\_centro.html](http://www.gebalis.pt/site/html/alta_centro.html)

do Alvito e da Avenida de Ceuta, devido à construção da Ponte sobre o Tejo, mudando-se para a Quinta da Musgueira, entretanto adquirida pelo Município.

Em 1965, instalou-se na área mais um grupo proveniente das Amoreiras, cujas habitações haviam sido atingidas por um incêndio. A fixação foi possível, entre outros factores, porque a Quinta da Musgueira era uma grande área periférica da cidade livre de construção. No entanto, a fixação dos novos residentes suscitou alguma agitação no Bairro, pois os outros moradores dificultaram a sua integração.

Para além dessa inadaptação existia uma série de outros problemas de equilíbrio social e urbano mais graves, que se prendia, designadamente, com a falta de condições básicas para a vida das pessoas: transportes, saneamento, problemas médico-sanitários e escolares. Em meados de 1965, com o prosseguimento dos acessos à Ponte sobre o Tejo, foram desalojadas muitas famílias (cerca de 700) de Campolide e da Quinta Belmonte de Cima. A retirada dessas centenas de agregados levou o Município a promover de novo, com carácter provisório, a ocupação da Quinta da Musgueira.

O perfil multifacetado dos seus habitantes, tendo em conta as suas diversas proveniências específicas, tem constituído um desafio à integração dos seus vários grupos de residentes de modo a formarem um núcleo coeso. E apesar de se tratar de um bairro com grande número de instituições recreativas que visam a melhoria do bairro aos diversos níveis, – “Recreativo Águias da Musgueira”, “Grupo Desportivo e Recreativo Tunelense”, “Associação de Cultura e Recreio da Musgueira Norte” – a Musgueira apresenta, de uma forma concentrada, muitos dos flagelos sociais dos nossos tempos: consumo e tráfico de droga, prostituição, alcoolismo, analfabetismo, trabalho precário e baixo nível de escolaridade.





Figura 64, *Vista do Centro Social da Musgueira*, Fotografia da Autora, 2012

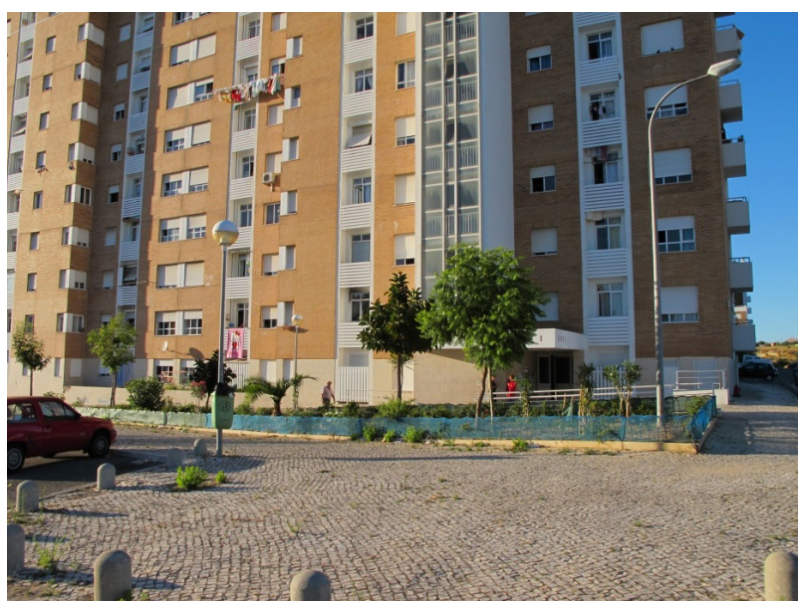


Figura 65, *Vista do Bairro Alta de Lisboa Centro*, Fotografia da Autora, 2012

Porém, na última década do século XX, no limite noroeste de Lisboa onde antes se situava a Musgueira, iniciou-se a requalificação do território ocupado desde 1960, por um conjunto de “bairros da lata” que foram demolidos, sendo os seus residentes realojados no mesmo local. O nome comercial para esta área renovada, “Alta de Lisboa”, resultou de uma parceria público-privada que “misturou” habitação social com habitação de mercado

livre para classes médias.

Estavam previstos alguns melhoramentos de acessibilidades, indústria, serviços, equipamentos lúdicos, culturais e desportivos que dariam uma certa centralidade a este território, mas, tal não se concretizou devido a inúmeros atrasos. Assim, contrariando a unidade urbanística veiculada pelo Plano de Urbanização da Alta de Lisboa (PAUL), surgiu uma área composta por bairros heterogéneos, dispersos por um espaço descontínuo, tanto espacial como materialmente, numa zona que é marcada por linhas de fronteira que a separam do resto da cidade e por fronteiras internas que separam dois tipos de habitat e de vários tipos de populações (Cordeiro & Figueiredo, 2012).

Cordeiro & Figueiredo (2012) afirmam mesmo que a Alta de Lisboa pode ser vista como uma “ilha” isolada da cidade onde (não) se integra. É constituída por um território fragmentado, feito de rupturas históricas, sócio-culturais e espaciais.

Marcada pela demolição traumática dos bairros pré-existent, das ruas e das casas térreas em grande parte construídas pela população e carregadas de memórias, a Alta de Lisboa renasce com o surgimento abrupto de prédios altos, muitos deles isolados e em terrenos baldios.

As transformações sofridas provocaram a destruição das redes de vizinhança construídas ao longo de décadas e deram origem ao contraste a uma população realojada e estigmatizada, visível no espaço público e nas escolas, e uma população de classe média, quase invisível, que ali apenas pernoita.

Lamentavelmente, a falta de acessibilidades capazes de atrair o investimento privado, aliada à escassez do pequeno comércio e outros serviços, sobretudo nas áreas empobrecidas, são algumas das características da zona que afastam o planeado da realidade presente.

### **Projecto All Artes:**

No Bairro Alta de Lisboa Centro a investigação foi desenvolvida em parceria com o “Projecto All Artes” que tem como promotora a Associação de Residentes do Alto do Lumiar em parceria com a Associação de Pais e Encarregados de Educação do

Agrupamento de Escolas do Alto do Lumiar, Associação Espaço Mundo e Associação de Apoio ao Estudante Africano, situados no Lumiar.

O “Projecto All Artes” inicialmente teve como destinatários jovens entre os 14 e os 25 anos. No entanto, como tiveram muitas solicitações de crianças para participarem, alargaram a faixa etária, tendo assim como destinatários crianças e jovens da Alta de Lisboa entre os 9 e os 26 anos. A Alta de Lisboa é constituída por realidades culturais, económicas, étnicas e por valores muito diversificados. No intuito de fomentar pólos de convergência entre os seus jovens habitantes, o “Projecto All Artes” estabeleceu como foco de intervenção a inclusão pela arte: música, dança, teatro fórum e artes visuais. As actividades de inclusão social são desenvolvidas através da arte e da aquisição e partilha de competências artísticas, pessoais e sociais.

O “Projecto All Artes” tem como principais objectivos:

- A promoção do desenvolvimento de competências culturais, pessoais e sociais dos jovens, prevenindo comportamentos desviantes;
- O reforço do desenvolvimento de competências artísticas dos jovens, estimulando a sua auto-estima e permitindo a autodescoberta;
- O aumento do conhecimento das diferentes culturas existentes no território;
- O reconhecimento da importância das competências artísticas adquiridas pelos jovens para a construção dos seus projectos de vida;
- A promoção da inclusão e da coesão social no território através das áreas artísticas<sup>8</sup>.

8] Cf. <http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/1346419116R-2rHI9vr1Ve85EZ7.pdf>

## Bairro Padre Cruz situado na Freguesia de Carnide



Figura 66, *Vista do Bairro Padre Cruz*, autor desconhecido, s.d.,  
([http://www.gebalis.pt/site/html/padre\\_cruz.html](http://www.gebalis.pt/site/html/padre_cruz.html))

**Número e Proveniência dos habitantes:** Cerca de 6500 provindos da zona do Bairro Padre Cruz.

O Bairro Padre Cruz é um dos maiores bairros de realojamento municipal da Península Ibérica. Ocupa uma zona de 37,2 hectares onde residem 6468 habitantes (Censos, 2011).

O Bairro Padre Cruz situa-se em Carnide, no local onde existiu a Quinta da Penteeira, estando ainda hoje rodeado de antigas quintas que vão cedendo lugar a edifícios, construindo a nova face da cidade. Esta zona foi habitada desde tempos remotos, sendo referida desde o século XII: ampla zona rural, constituída por extensas quintas, algumas propriedades de ordens religiosas, outras de fidalgos e nobres. Com o povoamento que se foi desenvolvendo, as quintas foram sendo substituídas por edificações diversas, sobretudo nos finais do século XIX: conventos, igrejas, palácios e habitação operária<sup>9</sup>. O Bairro Padre Cruz desenvolveu-se em várias fases, ao longo de algumas décadas. Fátima Freitas afirma:

9] Cf. [http://www.gebalis.pt/site/html/padre\\_cruz.html](http://www.gebalis.pt/site/html/padre_cruz.html)

A necessidade de mão-de-obra barata encontra nos migrantes rurais das décadas de 40-50 a população disponível para as obras da capital, sendo a respectiva Câmara Municipal a grande empregadora. O Bairro Padre Cruz

resulta, por isso, das ambições maiores de um regime político – o Estado Novo – onde a ordem e a regulação sociais ordenavam território – porque fazer cidade era “arrumar a sociedade” (Freitas, 2013, p.14).

O Bairro Padre Cruz foi iniciado de raiz em 1959-60 e, desde a primeira fase, constava do seu plano a construção de escolas, capela, salão de festas, zona desportiva, centro social e mercado. A primeira geração de moradores era composta por ex-migrantes rurais, essencialmente do Norte e Centro do país que já habitavam na cidade, pois viviam em outros bairros provisórios que iriam ser afectados com a expansão da Lisboa dos anos 50 e 60. Daí haver a necessidade de transferir as famílias para o novo bairro de casas desmontáveis, apenas 200, hoje inexistente, mas que ficou conhecido como “bairro de lusalite” devido às casas edificadas em fibrocimento (Freitas, 2013).

A partir de 1960-61 começou a construção de moradias em alvenaria (917 fogos), cuja semelhança com uma aldeia portuguesa era evidente. O intencional afastamento geográfico em relação ao centro da urbe acabaria por originar “forte coesão social entre a população residente a qual ainda persiste como uma “âncora identitária”” (Freitas, 2013).

Em 1975, o bairro continuou a crescer, com a construção de mais 280 habitações, mas com características diferentes das anteriores, notando-se a opção pela construção em altura, já que os edifícios apresentam quatro pisos. Seria a partir do início da década de 1990 que uma nova e determinante fase de evolução urbanística do bairro se veio a verificar com a construção de edifícios que vieram permitir o realojamento de centenas de pessoas dos antigos fogos de fibrocimento.

Entre 1991 e 1997, foram construídos cerca de 1000 fogos para realojamentos diversos e mais de uma centena para venda. Juntamente com as habitações, têm sido disponibilizados espaços para o comércio e outras actividades que promovem a vida própria do bairro que ganha novo folego com a instalação de unidades comerciais e de serviços.





Figura 67, *Vista do Pavilhão Desportivo do Bairro Padre Cruz*, Fotografia da Autora, 2012

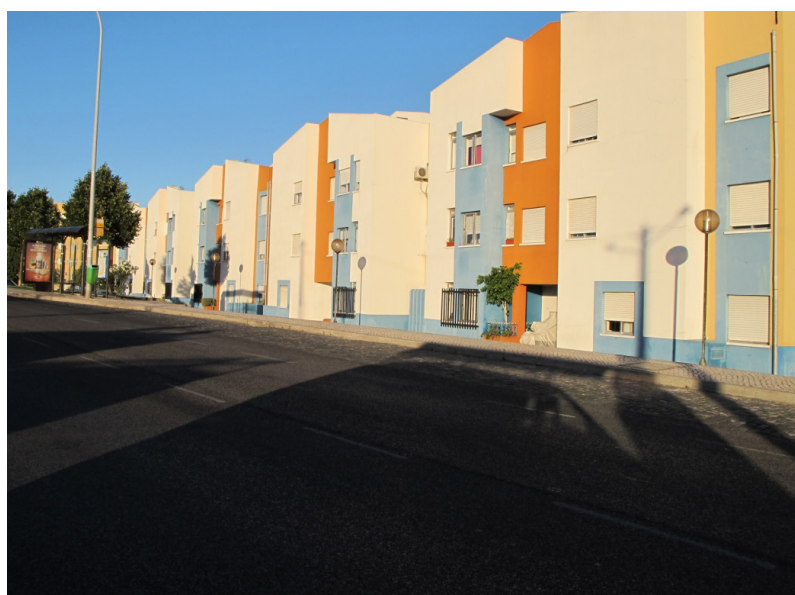


Figura 68, *Vista do Bairro Padre Cruz*, Fotografia da Autora, 2012

Com a viragem do milénio, a primeira década de 2000 inclui vários momentos decisivos e de grande impacto na paisagem física e vivencial do Bairro Padre Cruz. “A resolução dos problemas do bairro – a integração das novas populações e a degradação

da zona de alvenaria – exigiam urgente e eficaz intervenção camarária” (Freitas, 2013). Após vários impasses políticos em Janeiro de 2012, dá-se o início da requalificação do Bairro Padre Cruz, com a primeira fase de demolição das casas de alvenaria. O plano de requalificação propõe um bairro integrado e prolongar-se-á por mais de dez anos, sendo por isso a maior e a mais brusca transformação que o bairro irá sofrer (Freitas, 2013).

### **Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz:**

No Bairro Padre Cruz na Freguesia de Carnide a investigação desenvolveu-se em parceria com a Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz (AMBPC) a qual foi constituída em Janeiro de 1989 com a seguinte finalidade:

... defender os justos interesses dos moradores; fomentar a criação de infra-estruturas de apoio directo à comunidade; realizar actos que visem a promoção social, cultural, física e cívica dos seus membros e representar os associados junto de: Câmara Municipal de Lisboa, Junta de Freguesia de Carnide, órgãos do Governo e entidades públicas e privadas<sup>10</sup>.

A AMBPC procura defender os comuns interesses dos moradores em geral e dos seus sócios em particular, quer sejam inquilinos, quer proprietários. Integra as Comissões Executiva e Alargada referentes ao processo de requalificação que envolve o realojamento de cerca de 100 famílias do bairro. Tem atendimento e apoio a residentes (preenchimento e entrega de IRS e outros documentos, encaminhamento na resolução de problemas, entre outros) e um espaço polivalente para actividades e reuniões promovidas, ou não, pela AMBPC (condomínio ou outras)<sup>11</sup>. Para além do atendimento aos sócios e outros moradores, a AMBPC mantém actividades programadas tais como taekwondo, ginástica, informática e música) e outras iniciativas pontuais como por exemplo: ateliers e feiras temáticas.

10] Cf. <http://www.jf-carnide.pt/para-a-populacao/instituicoes/Associacao-de-moradores-do-Bairro-Padre-Cruz/541>

11] Cf. <http://www.jf-carnide.pt/para-a-populacao/instituicoes/Associacao-de-moradores-do-Bairro-Padre-Cruz/541>

**Bairro Novo do Calhariz (Bairro Alto da Boavista) situado na Freguesia de Benfica**



Figura 69, *Vista do Bairro da Boavista*, Gebalis, s.d.,  
(<http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html>)

**Número e Proveniência dos habitantes:** Cerca de 5300 de proveniência da Quinta José Pinto, do Bairro Liberdade, da Quinta das Pulgas, da Quinta da Montanha, do Bairro das Minhocas e da Quinta das Freiras.

O Bairro Novo do Calhariz, também conhecido por Bairro (Alto) da Boavista, fica situado na freguesia de Benfca e é constituído por aproximadamente 5300 habitantes<sup>12</sup>. Consta que os terrenos onde se situa eram propriedade de José Francisco de Melo Travassos Valdez, 4º Conde de Bonfim. A construção surgiu na sequência do Decreto-Lei n.º 28912, de 1938<sup>13</sup>, e foi iniciada nesse mesmo ano, no âmbito do programa “casas desmontáveis”. Esse programa permitia que, com rapidez, as pessoas fossem realojadas e, assim, acabar com as barracas que haviam surgido ao longo da cidade. Numa primeira fase, a construção do bairro foi marcada pela empreitada das terraplanagens, dos esgotos e dos pavimentos. Foram montadas 488 casas, começando o bairro a ser habitado em Dezembro de 1940.

A Câmara Municipal de Lisboa procurou que as famílias escolhidas para viver no Bairro da Boavista fossem aquelas que, pela sua situação económica, não pudessem pagar rendas elevadas.

12] Cf. <http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html>

13] Este é um Bairro da fase do Estado Novo. Decreto-Lei n.º 28912, de 1938, Cf. <http://www.dre.pt/pdf1s/1938/08/18600/11971201.pdf>



Durante os meses de Dezembro e Janeiro de 1940-41, todos os domingos se deslocavam ao bairro grupos de 40 a 60 famílias, às quais eram entregues as chaves das suas novas casas.

No ano de 1941, o bairro foi notícia em vários jornais, em virtude das cerimónias de inauguração, o que fez com que pessoas ilustres o visitassem, como o Presidente da Câmara de Lisboa, Vereadores e o Conde de Bonfim. De facto, o bairro foi oficialmente inaugurado pelo Senhor Presidente da República Marechal Óscar Carmona, no dia 28 de Outubro desse ano de 1941, e no mesmo dia foi benzida a actual capela. Foram igualmente inaugurados o posto médico, o posto fiscal, a Mocidade Portuguesa e outros serviços que passaram a existir no bairro. No dia dessas celebrações houve ainda uma sessão de cinema, que se destinava a veicular a ideologia do regime aos seus moradores<sup>14</sup>.

14] Cf. [http://bairrodaboavista-lisboa.blogspot.pt/p/historia-do-bairro\\_14.html](http://bairrodaboavista-lisboa.blogspot.pt/p/historia-do-bairro_14.html)



Figura 70, *Vista do Clube Social e Desportivo do Bairro da Boavista*, Fotografia da Autora, 2012



Figura 71, *Vista da Associação de Reformados do Bairro da Boavista*, Fotografia da Autora, 2012

A população do Bairro da Boavista é caracterizada pelo forte enraizamento dos seus habitantes, com a 3.<sup>a</sup> geração já ali nascida. Essa estabilidade e cronologia dos seus residentes assegurou a existência de redes familiares, com tendência para a constituição de agregados pouco numerosos. Todavia, subsiste o trabalho precário, o subemprego e o desemprego da população activa, o que se traduz em níveis de rendimento económico familiar baixos, bem como baixo nível de escolaridade e índice elevado de doenças infecto-contagiosas e psicossociais<sup>15</sup>.

15] Cf. <http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html>

Num esforço de combater os sintomas negativos no plano psicossocial encontram-se ali equipamentos lúdico/desportivos: Parque Infantil, Ringue de futebol; mesa de pingue-pongue; tabelas de basquetebol; Pavilhão Polivalente (ginásio e piscina coberta) e Campo Polidesportivo.

#### **Associação Recreativa de Moradores e Amigos do Bairro da Boavista:**

No Bairro da Boavista, situado na Freguesia de Benfica, a investigação desenvolveu-se em parceria com a Associação Recrea-

tiva de Moradores e Amigos do Bairro da Boavista (ARMABB). Tem atendimento e apoio a residentes, ajuda na resolução de problemas, nomeadamente, pagamento de dívidas e de simulação planos de rendas. Também tem um espaço que funciona como ponto de encontro dos moradores, com acesso livre a quatro computadores e onde se promove a realização de diversas actividades desportivas, artísticas, o hábito da leitura e outras.



## 4.2 PLANEAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO

O projecto em apreço, como já referido visava a inclusão de indivíduos residentes em bairros problemáticos na sociedade em sentido lato, de modo a promover melhores oportunidades de progressão nas suas existências singulares e, também, no plano colectivo. Para tal, o projecto alicerçou-se no conceito já abordado de design social segundo os parâmetros definidores inicialmente apresentados por Papanek (2009) e, mais tarde, desenvolvidos por outros estudiosos tal como, a título de exemplo, Koskinen & Hush (2016). Partindo, pois, de uma noção de design centrado na consciência social, optou-se por uma experiência interventiva de pequena escala, na linha do proposto Chick & Micklethwaite (2011), na medida em que se afigurou mais viável angariar recursos humanos e materiais para pôr em acção um projecto de horizontes espaciais e temporais delimitados.

Procurou-se adaptar as estratégias de envolvimento do design social delineadas por Andrew Shea (2012) ao projecto em curso, adoptando uma metodologia que passou pelo recurso à educação pela arte, neste caso especificamente pela aprendizagem da fotografia por parte de grupos de jovens habitantes de bairros sociais, no caso vertente situados na área da cidade de Lisboa. Neste sentido seguiu-se a perspectiva de Emerson (2008) no que toca à relação entre o designer e as comunidades, em que salienta a importância da criação de laços de proximidade através de ferramentas, neste caso de índole artística, para expressar percepções e emoções e, se possível, contribuir para prover às necessidades comunitárias.

Em termos metodológicos optou-se por uma via dual: o exercício lectivo de transmissão de conhecimentos e práticas associadas à fotografia e, em fase posterior, à organização expositiva; a segunda via, aplicada em simultâneo com a primeira, prende-se com o fomento do diálogo entre os jovens participantes do projecto e os seus formadores no terreno, bem como entre os outros elementos pertencentes aos bairros, sejam os responsáveis por associações com representatividade local, sejam residentes anónimos, com a autora do projecto e a sua equipa.

16] Para um maior aprofundamento consulte-se Pinto, P. R. (2013). *Uma Visão Integrada do Lugar na Arte Pública Através do Design Participativo: A Relação entre as Actividades Laborais e os Recursos Naturais Locais nas Práticas de Interação com Populações Periféricas*. Tese de Doutoramento em Design. Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa.

17] Cf. [https://issuu.com/forumestudante/docs/teresa\\_cabral](https://issuu.com/forumestudante/docs/teresa_cabral)

A experiência de interação com o público local visou despertar a consciência da existência dos residentes do bairro desenvolver neles a capacidade de reflexão crítica para assim melhorar as condições vivenciais *in loco*. De certo modo, a prática do diálogo como ferramenta inerente ao projecto segue a experiência desenvolvida por Paula Reaes Pinto (2013) no trabalho que desenvolveu com as populações de Castro Marim e Cacela Velha<sup>16</sup>. Numa segunda fase, o diálogo alargou-se para além das fronteiras dos bairros, tanto através das lentes das máquinas nas mãos dos jovens aprendizes em confronto com pedaços da paisagem lisboeta que, até aí, lhes tinham permanecido alheios, como através do diálogo entre a obra exposta em lugares de exibição exteriores aos bairros, chamando “à conversa” os visitantes exógenos às comunidades bairristas.

Poderá afirmar-se que o diálogo, atendido de forma abrangente e complexa, constituiu a base do projecto. Na verdade, o design pressupõe um diálogo entre elementos visando a sua combinação harmónica e tal certificou-se na aprendizagem da fotografia e também na organização das exposições. O diálogo entre emoções, perspectivas sociais e políticas, anseios, medos e esperanças foram assim transmitidos aos visitantes que puderam olhar essas composições artísticas.

O objectivo da formação em fotografia e em práticas expositivas vai, porém, além da aquisição de conhecimentos e competências nestas disciplinas por parte dos que integraram o projecto. Como registado no *powerpoint* de apresentação intitulado: *A Consciência Social na Aprendizagem do Design*, de Teresa Olazabal Cabral, de 14 de Dezembro de 2016<sup>17</sup>, este projecto tem por objectivo, a médio prazo, a construção de uma consciência crítica e reflexiva nos jovens participantes e, através deles, nas suas famílias. A utilização de recursos artísticos para fins educativos e sociais constitui, segundo Eisner (2004) e Jauss (2002), um modo privilegiado de perceber de forma mais clara e atenta a realidade circundante. Ora a capacidade de ganhar uma percepção mais plena do mundo é condição necessária para estar habilitado a propor e impulsionar mudanças sociais.

Para apurar das circunstâncias de partida dos participan-

tes no projecto e segundo o modelo de colaboração adoptado, e à semelhança de o modelo uma maior finalidade de colaboração (p.224), de McKenna-Cress & Kamien (2013), para concepção de exposições, procurou-se avaliar as condições existenciais destes jovens construindo-se um inquérito que não só os interrogava sobre o curso de fotografia por eles frequentado, mas também sobre factores familiares, económicos e relativos à geografia local. Esses inquéritos, embora constituam uma pequena amostragem, reflectem uma realidade social lisboeta que urge modificar.

Tendo em vista os propósitos visados pelo “Projecto Moro Aqui ao Lado”, foi necessário delinear o modo como as propostas relativas ao projecto iriam ser realizadas em cada bairro, nomeadamente, a programação dos *workshops* e todo o fio condutor do trabalho a ser desenvolvido ao longo de três meses (Abril a Junho de 2013), dedicados ao exercício da fotografia seguido de um período focalizado na elaboração de uma exposição final que viria a ter lugar nos meses de Julho e Agosto do mesmo ano. A linha programática acordada foi apresentada nos três bairros de modo igual, para que fossem analisadas as opções ou os caminhos escolhidos por cada um deles, sem a investigadora interferir de forma categórica e/ou intrusiva, assumindo deste modo a criação estética como conjunta e fundamental para a inclusão social.

Depois de escolhidos os bairros e acordados os locais onde os *workshops* iam ter lugar, elaborou-se uma ficha de inscrição a ser obrigatoriamente preenchida pelo Encarregado de Educação de cada participante, nela ficando registada a autorização da cedência das imagens a serem realizadas por cada jovem. Considerou-se também útil inscrever na ficha alguns dados referentes aos jovens e aos seus pais para eventuais estudos posteriores.

A recolha de inscrições esteve a cargo de cada Associação onde o projecto se veio a concretizar, apesar de, no início, ter sido difícil fazer chegar a informação deste curso de fotografia aos jovens, uma vez que estavam em pleno período de férias da Páscoa.

Entretanto, e com o número máximo de inscrições de jovens estipulado em quinze, começou-se a planificar o programa a ser desenvolvido naqueles três meses. O cronograma (figura 72) que, a seguir, se apresenta, mostra a calendarização do projecto nas



suas primeira e segunda fases, bem como os momentos que culminaram em exposições em locais exteriores aos bairros com uma excepção (exposição no Bairro Padre Cruz a 17 de Junho de 2014), fase em que o projecto convidou a cidade a também nele participar.

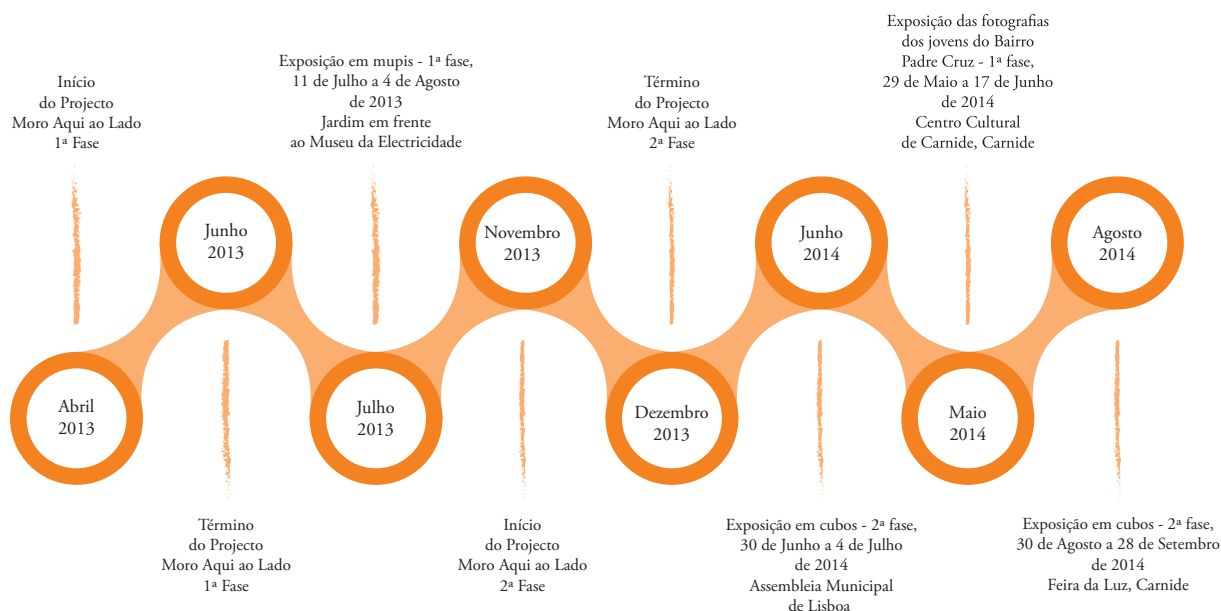


Figura 72, *Cronograma com calendarização do projecto - Primeira e Segunda Fases*, Imagem da Autora, 2018

Inspirado nos pressupostos do projecto de investigação-acção participativo – *photovoice* – a expressão artística visual escolhida foi a fotografia, sendo trabalhada por elementos das comunidades incluídas no projecto em estudo, assegurando uma percepção próxima e *engagée* da sua realidade social. Também a aplicação aqui efectuada incidiu, tal como nas acções de *photovoice*, em minorias vulneráveis tanto no respeitante à sua situação económica, como ao seu défice de informação e formação. Tais factores constituem riscos de exclusão ou marginalização que, precisamente, projectos desta natureza visam contrariar.

Os *workshops* começaram dia 1 de Abril de 2013 e estava previsto terminarem no fim do mês de Junho desse mesmo ano; no entanto, prolongaram-se mais uma semana para assegurar a boa conclusão das actividades planeadas. As sessões realizavam-se à segunda-feira, terça-feira e quinta-feira no Bairro Padre Cruz, Bair-



ro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista, respectivamente, das 18h às 19h. De acordo com a prática de diálogo que sempre se privilegiou, os dias foram escolhidos consoante a disponibilidade das entidades anfitriãs e a hora dependeu do horário das aulas dos jovens para que todas as suas actividades se cumprissem em harmonia.

Entendeu-se ser interessante convidar vários fotógrafos para os *workshops* de modo a que os participantes ouvissem diferentes comunicadores, cada um deles a apresentar um tema específico. Assim, os palestrantes ensinaram fotografia de diferentes perspectivas e consoante as questões que melhor dominavam e/ou consideravam mais relevantes. Os palestrantes escolheram o tema, conseguindo-se, assim, um grau de envolvimento maior na sua transmissão de conhecimentos àqueles jovens.

O planeamento das sessões articulou-se com a experiência profissional dos convidados, bem como a missão projectual e os conhecimentos que os jovens deviam assimilar. Cedo se comprovou que num projecto desta índole o sucesso depende de uma planificação prévia cuidadosamente estruturada e da contínua corrente comunicacional com todos os envolvidos.

Segue-se uma descrição das actividades desenvolvidas com cada grupo de participantes ao longo do período acima apresentado.

#### **4.2.1 PROJECTO MORO AQUI AO LADO DESCRIÇÃO DAS SESSÕES – PRIMEIRA FASE**

A primeira sessão efectuou-se nos dias 1 e 4 de Abril de 2013 nos Bairros Padre Cruz e da Boavista. Foi feita a apresentação do projecto, do seu objectivo e dos conteúdos de aprendizagem a concretizar ao longo de aproximadamente três meses. Como instrumento de responsabilização dos jovens foi elaborado um cartão de identificação (figura 73) com a imagem de um boneco a fotografar em que cada um pintou e colocou o seu nome. Este cartão continha seis quadrados brancos que, tal como foi explicado aos jovens, serviria para registar as suas presenças. Quando se concluiu um módulo temático fazia-se um furo num desses quadrados, demonstrando o seu bom desempenho e a sua assiduidade. No final do curso de fotografia, os que frequentaram todas as sessões receberam uma recompensa surpresa, uma foto-

grafia do próprio tamanho A3, produto do trabalho em aula, que foi entregue no dia da inauguração da exposição, procurando-se, assim, fomentar a sua auto-estima e sentido de pertença a uma equipa e a um designio.

O cartão de identificação foi também utilizado, como forma de apoio para os fotógrafos envolvidos no projecto, pois alguns ficaram encarregues apenas de uma sessão e, não havendo muito tempo para criar laços de proximidade, tornou-se mais fácil para o orador identificar o nome de cada jovem presente e, deste modo, personalizar a relação pedagógica. O uso do cartão de identificação foi, portanto, obrigatório durante todas as sessões. Alguns dos jovens não gostavam muito de o ostentar quando se ia para a rua fotografar, sentindo-o, talvez, como um elemento discriminatório; no entanto, como todos o faziam, o constrangimento inicial acabou por se desvanecer.

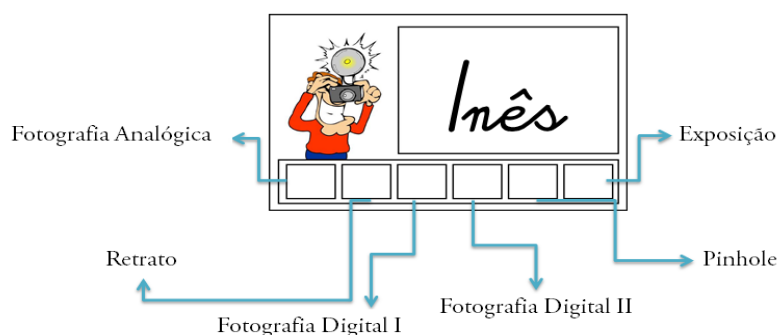


Figura 73, *Cartão de Identificação com o nome de cada módulo*,  
Imagem da Autora, 2013

No que respeita ao planeamento, por vezes nem o maior cuidado evita reveses alheios à vontade de qualquer dos elementos participantes. Assim aconteceu no Bairro Alta de Lisboa cuja primeira sessão, prevista para dia 2 de Abril de 2013, sofreu o adiamento de uma semana em virtude das instalações ainda estarem em obras.

A segunda sessão decorreu nos dias 8, 9 e 11 de Abril de 2013 pela seguinte ordem: Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista. Nela foi abordado o tema da fotografia

analógica, o qual veio a ocupar duas sessões.

O tema da fotografia analógica foi explicado pela fotógrafa Ana Sofia Santos, tendo os alunos tido a oportunidade de observar e utilizar máquinas fotográficas analógicas e máquinas fotográficas Lomo. Depois de uma sucinta explicação sobre o funcionamento das máquinas lomográficas, e uma vez que apenas existiam quatro, os jovens juntaram-se em grupos e, acompanhados pela fotógrafa Ana Sofia Santos e pela autora, foram fotografar para a rua, tendo sempre em conta que o objectivo das fotografias capturadas seria a representação do seu bairro.

No Bairro Alta de Lisboa, na primeira sessão, houve uma prévia explicação sobre o projecto, os conteúdos de aprendizagem e quais as funções do cartão de identificação.

Foram utilizadas quatro máquinas fotográficas lomográficas: *Diana*, *Fisheye 2*, *Sprocket Rocket* e *Oktomat*. Estas máquinas permitem obter imagens com diferentes formatos e efeitos. A *Sprocket Rocket* era a única que continha um rolo a preto e branco, que foi revelado na sessão seguinte, enquanto todas as outras continham rolos a cores.

Seguidamente, é possível ver-se exemplos de uma imagem tirada por jovens dos três bairros com cada uma das referidas máquinas fotográficas. Estas imagens foram captadas durante o *workshop*.



Figura 74, *As flores*, Alexandre Guimarães, jovem do Bairro da Alta de Lisboa,

2013

18] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 31, que se encontra no CD.

Fotografia<sup>18</sup> (figura 74) tirada com máquina fotográfica *Fisheye*, no Bairro Alta de Lisboa. Esta câmara faz um efeito que resulta numa imagem distorcida, envolta numa moldura tipo bolha, chamado o efeito “olho de peixe”.



Figura 75, *Olha mais além*, Tânia Rodrigues, jovem do Bairro Padre Cruz, 2013

19] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 16, que se encontra no CD.

Fotografia<sup>19</sup> (figura 75) tirada com máquina fotográfica *Diana*, no Bairro Padre Cruz. Esta câmara tira fotografias com formato quadrado, devido ao seu rolo de médio formato.



Figura 76, *Casas*, Elisandra Monteiro, jovem do Bairro da Boavista, 2013

Fotografia<sup>20</sup> (figura 76) tirada com máquina fotográfica *Oktomat*, no Bairro da Boavista. Esta câmara capta uma imagem com oito lentes.

20] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 43, que se encontra no CD.



Figura 77, *A Boavista*, Bárbara Abreu, jovem do Bairro da Boavista, 2013

Fotografia<sup>21</sup> (figura 77) tirada com máquina fotográfica *Sprocket Rocket*, no Bairro da Boavista. Neste caso trata-se da primeira e única câmara do mundo inteiramente dedicada à fotografia com perfuração no filme.

21] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 48, que se encontra no CD.

A terceira sessão, realizada igualmente com a colaboração da fotógrafa Ana Sofia Santos foi dedicada a instruções para revelar um rolo a preto e branco, tendo-se constatado algum desinteresse por parte dos jovens. Trata-se de um procedimento repetitivo, que ocupa mais de uma hora, o que, dados os constrangimentos de material disponível, só permitia a dois jovens realizarem a tarefa de cada vez, ficando os restantes a assistir. Tentou-se obviar a esta circunstância convidando os jovens desocupados a verem as fotografias da sessão anterior, que já estavam reveladas, mas não foi possível anular por completo a perda de ritmo da sessão.

A quarta sessão, que ocorreu nos dias 22 e 23 de Abril de 2013, no Bairro Padre Cruz e no Bairro Alta de Lisboa e dia 2 de Maio de 2013 no Bairro da Boavista, foi subordinada ao tema do retrato (figura 78) e contou com a presença do fotógrafo Filipe Inteiro. Ela consistiu numa breve exposição sobre o retrato e as luzes que se podem utilizar, para depois serem os jovens a fotografarem-se mutuamente. Foi colocado um pano preto a fazer de fundo, uma cadeira e dois candeeiros. Os jovens participantes organizaram-se em grupos de dois, sendo que um era o fotógrafo



e o outro o fotografado; havia ainda outros dois encarregues de segurar os candeeiros. Aquele que fazia de fotógrafo tinha de dizer ao outro a pose que desejava que ele tomasse e se devia colocar algum adereço. Depois, tinha de comandar o reposicionamento das luzes (para cima, para baixo, para a frente e para trás), consoante o efeito pretendido. A seguir era a vez do outro fotografado passar a fotógrafo e assim sucessivamente até todos terem experimentado serem ora fotógrafos, ora modelos. Apesar de uma certa timidez inicial, principalmente quando eram fotografados, o resultado foi positivo e todos gostaram bastante da experiência.

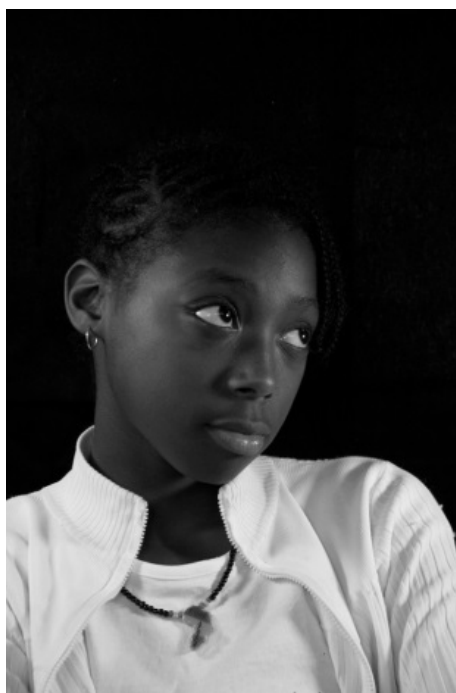


Figura 78, *Retrato tirado por um jovem do Bairro Alta de Lisboa (tirada durante os workshops)*, 2013

A quinta sessão contou com a presença do fotógrafo Adalberto Santos (figuras 79, 80 e 81), o qual determinou que esta tivesse a duração de 90 minutos em vez dos 60 minutos habituais. Levou fotografias suas e de outros autores para os jovens observarem e analisarem. O conceito fundamental que Adalberto Santos quis transmitir foi que a fotografia veicula sempre informação.

Apesar de se temer que os 90 minutos pudessem ser excessivos para assegurar a atenção dos jovens, eles gostaram bastante desta apresentação e mantiveram-se atentos durante todo o tem-

po, o que se deveu em grande parte, à abordagem adoptada e à empatia que o fotógrafo conseguiu estabelecer com eles.



Figura 79, 80 e 81, *Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista com o fotógrafo Adalberto Santos*, Fotografias da Autora, 2013

A sexta sessão ocorreu nos dias 6, 7 e 16 de Maio de 2013, com o fotógrafo Carlos Reveles que trouxe imagens suas para ilustrar alguns conceitos de composição na fotografia (figuras 82, 83 e 84). No dia 6, no Bairro Padre Cruz, Carlos Reveles optou por expor durante cerca de 40 minutos diversas fotografias e explicar os conceitos de equilíbrio, perspectiva, fundo, simetria, profundidade e enquadramento.

Contudo, tinha-se-lhe sugerido que somente desenvolvesse o tema da composição durante 20 minutos, pois, como veio a acontecer, os jovens no final da sua apresentação mostravam sinais de estarem desconcentrados. No seguimento da explanação teórica o grupo foi para a rua fotografar e, como as máquinas existentes não chegavam para todos, mais uma vez, foi necessário dividi-lo em subgrupos.

Esta foi a primeira experiência com uma máquina digital que os aprendizes de fotógrafo tiveram no curso. Apesar de alguns terem máquinas fotográficas e todos dizerem que as sabiam manejar, foi necessário ensinar-lhes algumas funções. O objectivo desta sessão consistiu em capturar imagens em que aplicassem os conceitos expostos por Reveles. Como se tratava de uma primeira vez em que utilizaram a máquina, para além de tentarem fazer o que lhes era pedido, o maior interesse foi em retratarem-se uns aos outros.

Na sessão do dia seguinte, no Bairro Alta de Lisboa, tentou-se uma abordagem diferente, iniciando-a na rua. Foram ex-

plicadas algumas características da máquina e também distribuídas folhas que continham as fotografias e informação referentes à sessão anteriormente realizada por Reveles. Nelas também se desafiava os jovens a executar fotografias de temas propostos.

A metodologia aplicada baseava-se na explicação sucinta dos conceitos acima referidos, solicitando-se depois a captação de fotografias subordinadas a alguns desses parâmetros teóricos, a serem executadas naquele espaço da rua onde o grupo se encontrava.

Os jovens tentaram aplicar os ensinamentos, uns de forma mais empenhada do que outros e, ao longo da sessão, nós (fotógrafo e responsável pelo projecto) íamos interagindo com eles para mostrar o que poderiam melhorar na fotografia.

Tal como no Bairro Padre Cruz, os jovens resolveram retratar-se uns aos outros, não correspondendo exactamente ao que lhes fora solicitado. Este episódio deveu-se, em boa medida, a uma certa excitação por outros jovens da mesma comunidade se encontrarem no local onde se realizou a sessão, facto que contribuiu para um certo alheamento.

No Bairro da Boavista a sessão correu melhor, porque o grupo era menor e estava mais focalizado. A metodologia aplicada foi idêntica à utilizada no Bairro Alta de Lisboa, ou seja, começou-se por explicar a informação contida nas folhas impressas com imagens e definição de conceitos sobre a composição na fotografia e depois o grupo foi para a rua fotografar de acordo com os parâmetros estipulados.

Talvez pelo facto de serem menos, foi possível estar mais presente na execução das fotografias, fazendo com que também apreendessem melhor os conteúdos. Os jovens mostraram empenho e interesse no exercício, havendo alguns que permaneceram connosco mais 30 minutos para além do tempo regular. Chegaram, mesmo a comentar que nunca tinham tido em seu poder durante tanto tempo uma máquina fotográfica e que estavam a gostar bastante de a manipular.





Figura 82, 83 e 84, *Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista com o fotógrafo Carlos Reveles*, Fotografias da Autora, 2013

Na sétima sessão estava prevista a presença de dois fotógrafos; contudo, devido a um imprevisto, não puderam comparecer, tendo sido a responsável pelo projecto a dinamizá-la. Como os jovens haviam gostado bastante de ir para a rua fotografar, sendo, aliás, o principal motivo que os levava a inscreverem-se neste curso, o tempo foi dividido em 30 minutos dedicados a uma explicação teórica seguidos de 30 minutos de prática.

Durante a explicação teórica foram lembrados alguns conceitos anteriormente abordados e adicionados outros novos, como forma de consolidar e reavivar o que já tinha sido apreendido. Aproveitou-se a oportunidade para os elucidar acerca de conceitos relevantes para o acto de fotografar, nomeadamente: o plano, o ponto de vista, o contraste e a focagem.

Através do visionamento de algumas imagens os jovens foram questionados sobre o que viam na fotografia e, tendo em conta os conceitos já explanados anteriormente, quais tinham sido aplicados nas mesmas e como. Depois, no período dedicado à prática o grupo foi fotografar para o exterior, escolhendo o que para cada um deles representava o seu bairro. A sessão ocorreu nos dias 13 e 14 de Maio de 2013 nos Bairros Padre Cruz e Alta de Lisboa, respectivamente.

Nos dias 19, 24 e 25 de Maio de 2013 foi organizada uma visita ao Museu da Electricidade para os participantes no projecto, com o intuito de visitar a exposição *World Press Photo 13* e também conhecer o museu.

Os jovens do Bairro Padre Cruz e do Bairro da Boavista foram de autocarro acompanhados por alguns dos fotógrafos co-

laboradores no projecto, pela responsável pelo mesmo e também por entidades pertencentes às associações dos bairros. Os da Alta de Lisboa deslocaram-se na viatura da coordenadora do “Projecto All Artes”, sendo igualmente acompanhados por responsáveis do projecto e fotógrafos.

A oitava sessão (figuras 85, 86 e 87) também foi dinamizada pela autora do projecto em virtude de os fotógrafos convidados não puderem comparecer. Percebendo que os jovens estavam a conseguir consolidar a informação transmitida, foi possível avançar um pouco, passando a conteúdos mais complexos. Assim, passou-se à descrição dos diversos tipos de máquinas fotográficas digitais que existem, trazendo um exemplo de cada uma para perceberem as diferenças de modo empírico, mexendo nelas. As máquinas apresentadas foram: máquina digital compacta, máquina *bridge*, máquina fotográfica *reflex* e máquina fotográfica híbrida. Também explicámos os tipos de ficheiros que as máquinas gravam quando se capta uma fotografia.

Os jovens tomaram, assim, consciência das diferentes características de cada máquina e os fins a que elas melhor se adequam. Um bom fotógrafo não é aquele que tem a melhor máquina, embora, quanto melhor esta for, mais funções específicas e manuais apresenta, o que poderá permitir alcançar melhores resultados, se se souber utilizá-la.

Este começo serviu não só para lhes incutir o princípio de que a posse de uma ferramenta, por si só, não é sinónimo de competência, mas também para os incentivar a prestarem atenção a elucidações sobre os seguintes conceitos: abertura do diafragma, velocidade do obturador e sensibilidade ISO (sensibilidade fotográfica).

O objectivo desta introdução à fotografia mais avançada destinou-se a levar os jovens a perceberem o significado de algumas que aparecem nas máquinas fotográficas, até mesmo nas mais simples. Também através de uma máquina digital *reflex* foi possível exemplificar estes conceitos aplicados à exposição de uma fotografia.

Depois de uma breve apresentação destes conteúdos passou-se à rua para de novo fotografar, embora para um local diferente do utilizado na sessão anterior. Desta feita, “os fotógrafos

em formação” foram desafiados a fotografar objectos temáticos como um meio de transporte, um animal, uma paisagem ou uma rua, ou ainda captar uma fotografia em simetria.

Entretanto, verificou-se um desfasamento entre as sessões dos vários bairros devido ao feriado de 25 de Abril (quinta-feira), dia marcado para o Bairro da Boavista. Optou-se por juntar a sétima e a oitava sessões, o que nos impediu a prática de fotografia de exterior por falta de tempo. Na semana seguinte, porém, todos os bairros já se encontravam ao mesmo ritmo.

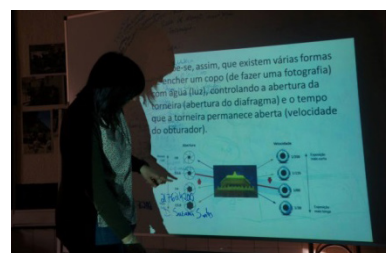


Figura 85, 86 e 87, *Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista*, Fotografias da Autora, 2013

Nas duas sessões que decorreram na última semana de Maio e primeira de Junho dois fotógrafos ensinaram a técnica de fotografia estenopeica – *Pinhole* (figura 88)<sup>22</sup>. “A fotografia pinhole (do inglês “furo de alfinete”), ou estenopeica, em português é uma técnica fotográfica sem recurso a lentes, que despoja a câmara de todos os acessórios “supérfluos”, criando imagens com o mínimo de recursos possível – basicamente, é a fotografia na sua essência”<sup>23</sup>.

Na primeira destas sessões, os jovens construíram a sua câmara fotográfica *Pinhole*<sup>24</sup> com uma lata, que lhes fora previamente pedido para trazerem. Para construírem a sua câmara, foi necessário fazer um furo com o berbequim num dos lados de cada lata e, depois, com *spray* mate preto, pintar o seu interior. Enquanto as latas secavam, cada participante fez um furo com um alfinete num papel de alumínio que, posteriormente foi colocado no interior da lata no centro do outro furo feito com o berbequim. Também tiveram de tapar com fita-cola preta isoladora todas as junções da lata, para não deixar passar a luz. No buraco

22] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 17, que se encontra no CD.

23] Cf. <http://imagerie.imagerieonline.com/pinhole>

24] A câmara *Pinhole* é uma máquina sem lente, ou seja, é uma caixa/lata que tem um minúsculo buraco por onde a luz passa até chegar à superfície fotossensível e formar uma imagem. Devido à abertura muito pequena, é formada uma imagem muitas vezes escura e de contornos imprecisos, aspectos que, no entanto, são apreciados por muitos fotógrafos, pois pode fazer surgir uma imagem intensa e forte.

feito com o alfinete colocaram igualmente um pouco da fita-cola preta também para não deixar entrar luz.

Este exercício foi realizado de igual modo nos três bairros como forma de lhes fazer entender empiricamente os requisitos de uma câmara e, ao mesmo tempo, demonstrar-lhes que muitas vezes o engenho e o raciocínio bem aplicados ultrapassam a falta de meios. Como diria Camões, “o engenho e a arte” têm levado o povo português em vários momentos da sua História a ultrapassar os seus limites e a ir mais longe quer física, quer intelectualmente, lição importante para uma geração em fase formativa cujas origens sócio-económicas pareceriam, à partida, afastá-la de uma vida bem-sucedida.

Com idêntico propósito, a sessão seguinte foi dedicada à preparação de uma câmara escura improvisada, que funcionasse como laboratório de revelação. Como o espaço destinado a este fim era exíguo em todos os bairros, além de conter químicos e só duas luzes vermelhas acesas, os jovens fizeram grupos de três, garantindo também, assim, a sua segurança.

Foi também nestes laboratórios improvisados que se colocou um papel fotossensível dentro de cada lata e onde ela era fechada com fita-cola preta isoladora. Só depois de estar devidamente fechada, por forma a que a luz não entrasse, o grupo se retirava enquanto outro entrava para executar a mesma tarefa. Seguidamente, o grupo que já tinha concluído as suas tarefas no laboratório saía para o exterior a fim de fotografar com a ajuda de um dos fotógrafos convidados.

Para se tirar a fotografia, o jovem tinha de remover a fita-cola colocada no buraco do alfinete e contar um determinado número de segundos (consoante o tamanho da lata) para depois colocar de novo a fita-cola preta. Terminada a captação da imagem, este grupo teria de voltar para o laboratório para a revelar, e assim sucessivamente.



Figura 88, *Flor na escuridão*, Nelma Varela, jovem do Bairro da Alta de Lisboa (tirada durante os *workshops*), técnica *pinhole*, 2013

Na semana seguinte, devido aos feriados em Lisboa, só houve sessão no dia 11 de Junho de 2013, no Bairro Alta de Lisboa. Os jovens foram de novo divididos, mas agora em dois grupos para visionarem todas as suas fotografias em computador, com o intuito de escolherem as melhores para a exposição ilustrativa do seu bairro.

Foi-lhes explicado que essa exposição iria ser feita num espaço público, com *mupis* (mobiliário urbano para informação). Para perceberem a dimensão real das imagens a serem neles expostas levou-se papel de cenário com as medidas correctas de um *mupi*. Coube aos jovens escolherem a composição do primeiro *mupi*: o tipo de letra do título, cor, o fundo e a fotografia que os identificava, bem como a dimensão das fotografias a expor e a sua disposição.

Os jovens do Bairro Padre Cruz também fizeram as mesmas escolhas na sessão seguinte (17 de Junho de 2013). Já no Bairro da Boavista, devido ao menor número de fotografias existentes, esta sessão foi ocupada com a procura de mais imagens representativas do bairro. Nessa semana não houve curso no Bairro Alta de Lisboa porque os responsáveis associativos e alguns jovens foram participar numa actividade exterior ao bairro a decorrer à mesma hora.

A semana seguinte seria a última etapa de trabalho em

cada bairro (24 a 28 de Junho de 2013). Foram exibidas as ideias dos jovens executadas através do computador e os estudos dos *mupis* foram apresentados em folhas impressas tamanho A4. Os jovens tiveram de recortar e colar as folhas de modo a executarem os materiais que lhes foram dados em tamanho real no papel de cenário. Assim, ficaram com a verdadeira noção de como a composição gráfica ficaria, sendo mais fácil deste modo perceberem se correspondia ao que pretendiam, ou se seria necessário alterar alguma coisa.

Como os jovens do Bairro Padre Cruz expuseram ideias novas e ainda não havia a certeza de quando a exposição seria inaugurada, propôs-se-lhes mais uma sessão em Julho, de modo a verem a composição gráfica final dos seus *mupis* e a ser possível comunicar-lhes a data da inauguração.

Os jovens do Bairro Alta de Lisboa não quiseram fazer mais propostas ou alterações aos seus *mupis* e assim terminaram o curso de fotografia nessa última semana de Junho. Comunicámos aos responsáveis do “Projecto All Artes” qual seria o local e o dia da exposição, por forma a estes começarem a organizar a visita.

No Bairro da Boavista não houve sessão, pois os jovens encontravam-se em ensaios para uma festa que decorreu nesse preciso fim-de-semana. Assim, também este grupo teve mais uma sessão para escolher as fotografias, o tipo de letra e o arranjo gráfico dos *mupis*.

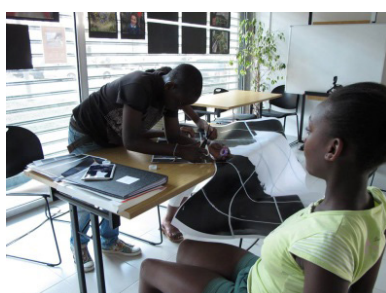


Figura 89, 90 e 91, Sessão no Bairro Padre Cruz, Bairro Alta de Lisboa e Bairro da Boavista, Fotografias da Autora, 2013

Durante as duas últimas semanas de *workshops*, após os jovens terem seleccionado as fotografias que consideravam mais representativas do seu bairro, legendaram-nas, conferindo-lhes



um título, incluindo o nome do autor e a sua idade.

Deste modo iniciaram uma outra relação, quase de afectividade com as fotografias escolhidas, pois já com elas impressas em tamanho 10cmx15cm, tiveram de as manipular, encarando-as como um todo e, consequentemente, nomeá-las atribuindo-lhes um título, o que nem sempre foi tarefa fácil. A passagem da imagem digital para o papel suscitou-lhes uma ideia de realização: de que tinham em sua posse fotografias, peças artísticas, tiradas por si próprios, sentindo-se orgulhosos do que haviam feito e do resultado final.

Desde o início dos *workshops* que lhes fora explicado como seria a exposição final, ou seja, em que suportes seria desenvolvida. No entanto, constatou-se que há diferença entre elucidar e ter a possibilidade de ver o tamanho real dos objectos e nessas últimas duas semanas houve oportunidade de terem folhas com as dimensões originais dos *mupis* e de esboçar como queriam cada *poster*. Assim, foi possível em cada folha de estudo, desenharem o local e a dimensão com que as fotografias iriam ficar.

Todos os bairros fizeram um estudo do primeiro *poster*, considerado o elemento de apresentação do seu bairro e dos respectivos intervenientes, para o qual escolheram os elementos que pretendiam colocar, assim como a sua disposição. Todas as escolhas, desde o fundo (de uma cor sólida ou uma fotografia), ao tipo de letra, às imagens e aos textos, foram opção única e exclusiva dos jovens criadores que, em conjunto, deliberaram o que desejavam apresentar.

Nos *posters* seguintes também houve a mesma possibilidade de escolha em relação à apresentação das fotografias seleccionadas e à sua disposição.

Através das decisões tomadas pelos jovens foi concretizado num programa vectorial o que propuseram e, na sessão seguinte, os *posters* impressos em várias folhas A4 foram levados para a sala de trabalho, de modo a que os seus criadores os pudessem visualizar em tamanho real, tendo assim outra perspectiva do seu trabalho e poderem deliberar se pretendiam, ou não, proceder a alguma alteração.

Deram-se os últimos retoques na composição gráfica dos

*mupis* para permitir a sua impressão e serem entregues à empresa JCDecaux, que havia cedido dez *mupis* móveis, de frente e verso, a serem colocados no jardim junto ao Museu da Electricidade, em Lisboa, local onde a exposição esteve presente de 11 de Julho a 4 de Agosto de 2013.

Atingia-se neste momento a fase de abertura à sociedade do acervo criativo da autoria dos jovens fotógrafos e intervenientes nos destinos das suas comunidades. Concluía-se, também, a fase de aquisição de conhecimentos teóricos e práticas monitorizadas conducentes ao resultado evidente na exposição aos diversos públicos da obra feita. Tal percurso encontra-se registado na tabela seguinte (figura 92).



Actividades	
Sessão 1	<b>Apresentação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentação do projecto: conteúdos de aprendizagem e objectivos.</li> </ul>
Sessão 2	<b>Fotografia Analógica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicação sucinta sobre o que é a fotografia analógica e o funcionamento de máquinas lomográficas: <i>Diana, Fisheye 2, Sprocket Rocket e Oktomat</i>.</li> <li>• Actividade: fotografar o bairro.</li> </ul>
Sessão 3	<b>Fotografia Analógica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revelação das fotografias (rolo a preto e branco) da sessão anterior.</li> <li>• Participação em diversas funções ao longo do processo de revelação.</li> </ul>
Sessão 4	<b>Retrato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Breve exposição sobre o retrato e as luzes que se podem utilizar.</li> <li>• Organização de grupos de dois, sendo um o fotógrafo e outro o fotografado, depois inversão de funções.</li> </ul>
Sessão 5	<b>Fotografia Digital I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observação e análise de fotografias de diversos autores.</li> <li>• Conceito a transmitir: a fotografia veicula sempre uma informação.</li> </ul>
Sessão 6	<b>Fotografia Digital I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observação e análise de fotografias do formador.</li> <li>• Conceitos de composição: equilíbrio, perspectiva, fundo, simetria, profundidade e enquadramento.</li> <li>• Actividade: fotografar o bairro.</li> </ul>
Sessão 7	<b>Fotografia Digital II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observação e análise de fotografias de diversos autores.</li> <li>• Conceitos do acto de fotografar: o plano, o ponto de vista, o contraste e a focagem.</li> <li>• Actividade: fotografar o bairro.</li> </ul>
Sessão 8	<b>Fotografia Digital II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observação e análise de tipos de máquinas fotográficas: digital compacta, <i>bridge</i>, <i>reflex</i> e híbrida.</li> <li>• Observação de tipos de ficheiros.</li> <li>• Conceitos do acto de fotografar: abertura do diafragma, velocidade do obturador e sensibilidade ISO.</li> <li>• Fotografar objectos temáticos: meio de transporte, animal, paisagem, rua; fotografia em simetria.</li> </ul>
Sessão 9	<b>Pinhole</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construção de câmara fotográfica com uma lata.</li> </ul>
Sessão 10	<b>Pinhole</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparação de câmara escura para funcionar como laboratório de revelação.</li> <li>• Actividade: fotografar com a lata.</li> <li>• Revelação das fotografias na câmara escura.</li> </ul>
Sessão 11	<b>Exposição</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abordagem do conceito expositivo; suporte a utilizar para a mostra dos trabalhos.</li> <li>• Visualização e escolha das fotografias para a exposição.</li> <li>• Visualização de folha com as dimensões reais de um – <i>mupi</i>.</li> <li>• Composição do 1º <i>mupi</i>: tipo de letra do título; cor; o fundo; e fotografia que os identifica; dimensão das fotografias e sua disposição; escolha dos elementos de composição dos outros <i>mupis</i>.</li> </ul>
Sessão 12	<b>Exposição</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentação das ideias dos jovens participantes executadas em suporte digital.</li> <li>• Montagem de folhas A4 para criação de um <i>poster</i> para um <i>mupi</i> em tamanho real.</li> <li>• Verificação, alteração e/ou aceitação das escolhas finais.</li> </ul>

Abril 2013

Junho 2013

Figura 92, *Sessões do Projecto Moro Aqui ao Lado - Primeira Fase*,  
Imagem da Autora, 2012

25] Todos os *posters* podem ser vistos em tamanho maior no Anexo I: *Posters* que se encontra no CD.

Como já referido, a exposição contou com dez *mupis*, um primeiro de apresentação da exposição e, outros três de cada bairro, cada *mupi* continha dois *posters*<sup>25</sup> (um na frente e outro no verso).

O primeiro *mupi* da exposição foi constituído por dois *posters* feitos pela investigadora. Na parte da frente do *mupi* colocou-se o desenho que já havia sido utilizado para a divulgação do ateliê de fotografia, o título da exposição e, dentro de um retângulo amarelo, a informação referente ao projecto de investigação, ou seja, ao “Projecto Moro Aqui ao Lado”. Foram, também, colocados três logotipos, da Universidade Técnica de Lisboa, da Faculdade de Arquitectura e do “Projecto Moro Aqui ao Lado”, os contactos, informações da investigação, como, por exemplo, a produtora e organizadora da exposição e uma nota de agradecimentos aos familiares e amigos da investigadora que ajudaram a concretizar a exposição. A parte de trás deste primeiro *mupi* estava ocupada com dois quadrados onde se haviam registado informações sobre a duração do evento, a participação dos jovens e os objectivos do projecto. Para além disto, foi colocada a data da exposição e os logotipos de todas as entidades, colectivas ou singulares, que apoiaram o projecto, desde a sua génese à exposição final.

Cada bairro ficou representado com três *mupis*, ou seja, por um total de seis *posters*. Como já foi referido, os jovens tiveram total liberdade nas suas escolhas de composição. No Bairro Padre Cruz optaram, no seu primeiro *mupi* (figuras 93 e 94), por revestir a face frontal com uma fotografia relativa a um *graffiti* em que se pode ler “Entra com respeito...serás respeitado...Bairro Padre Cruz”, que funciona em plano de fundo; por cima surge uma barra branca que faz realçar em letras de fantasia amarelo-torrado o nome do bairro e a sua freguesia. Aliás, o amarelo-torrado utilizado nestas informações veio a ser escolhido como cor de fundo de todos os *posters*, convertendo-se na cor do Bairro Padre Cruz. Mais em baixo, ainda neste *poster*, surge uma fotografia sobreposta a outra em que se podem ver os jovens “fotógrafos” numa imagem a preto e branco e com os seus nomes na base, mas fora do enquadramento desta foto/assinatura.

Depois deste primeiro *poster* de apresentação, na parte de trás desse mesmo *mupi* foram colocadas fotografias tiradas pelos

jovens. Este bairro decidira que cada *poster* teria cinco imagens, todas com uma moldura, ora preta, ora branca, e colocadas na diagonal, de forma pretensamente aleatória. No lado inferior de cada imagem registou-se o título dela, o seu autor e respectiva idade, bem como o bairro a que a fotografia se reporta.



Figura 93 e 94, *Posters do Bairro Padre Cruz – 1º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

O segundo *mupi* do Bairro Padre Cruz (figuras 95 e 96) seguiu a mesma lógica. Nele se exibem dois *posters* com o já aludido fundo amarelo-torrado, cada um com cinco fotografias emolduradas a preto e branco alternadamente e devidamente legendadas. Os motivos fotografados vão, porém, variando nos seus conteúdos, revelando as diferentes sensibilidades dos autores face aos objectos circundantes e às gradações de atenção e significado que foram dando, quer a elementos da vida quotidiana, como uma simples porta de habitação, até ao pavimento que muitas vezes se pisa sem dele se ter consciência.



Figura 95 e 96, *Posters do Bairro Padre Cruz – 2º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

O terceiro e último *mupi* do Bairro Padre Cruz (figuras 97 e 98), também seguiu idêntica abordagem. Contudo, a investigadora e os jovens chegaram à conclusão que se deviam colocar algumas das imagens captadas com as máquinas fotográficas lomoográficas e, também as captadas com a máquina de lata (*pinhole*), visto que produziam um efeito diferente e constituíam um testemunho óbvio das várias facetas da sua aprendizagem. Optou-se por juntar essas fotografias no último *poster*, para assim agrupar as técnicas “alternativas” e não criar uma ruptura entre as outras imagens tiradas com as máquinas digitais. Por esta via também se invocava a cronologia do desenvolvimento verificado na tecnologia fotográfica.



Figura 97 e 98, *Posters do Bairro Padre Cruz – 3º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

Os jovens do Bairro Alta de Lisboa elaboraram também os *posters* segundo as suas próprias ideias. No primeiro *poster* do primeiro *mupi* (figura 99), para apresentarem a sua exposição, optaram por colocar como fundo uma imagem feita a partir da técnica de Pinhole, ou seja, o fundo ficou a preto e branco. Em letras verdes realçaram o nome do bairro e da Junta de Freguesia. Para a apresentação dos “fotógrafos”, a sua escolha recaiu sobre as fotografias tiradas no *workshop* de retrato com a exceção das do Alexandre e da Maria, dois jovens ausentes nessa sessão, cujas fotografias provieram das capturadas ao longo de outras sessões. Os retratos foram colocados sobre uma quadrícula verde, em duas filas de cinco, com algum espaçamento entre as imagens por forma a criar uma pequena moldura a condizer com as palavras a verde identificadoras do seu bairro. Por cima da primeira fila de retratos inscreveu-se em letras brancas o nome próprio de cada jovem e por baixo da segunda fila fez-se o mesmo, mantendo-se assim o contraste de claro-escuro da fotografia *pinhole*, apenas quebrado pela pincelada verde dos elementos já referenciados. No segundo *poster* (figura 100) os jovens optaram por colocar o fundo verde, a cor, portanto, escolhida para o seu bairro, e cinco fotografias, umas na vertical e outras na horizontal, envoltas numa moldura verde escura, destacando-se assim do tom mais claro de fundo.

Cada imagem tinha uma legenda constituída pelo título, pelo autor e respectiva idade e o bairro a que pertence a fotografia, também a verde-escuro. Contudo, a disposição destes elementos pareceu-lhes muito simples, dando a sensação de que faltava algo, motivo que os levou a solicitaram à investigadora que fosse acrescentado um novo elemento gráfico às molduras. Assim, escolheram uns elementos gráficos que foram apostos nos rebordos das molduras ornamentando-as com outras cores para criarem um efeito de diferenciação e de maior diversidade cromática. Esta organização gráfica e os componentes utilizados foram comuns aos restantes *posters*.



Figura 99 e 100, *Posters do Bairro Alta de Lisboa – 1º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

O segundo *mupi* do Bairro Alta de Lisboa (figuras 101 e 102), como já foi referido, seguiu o mesmo fio condutor do segundo *poster* do primeiro *mupi*. Assim, o *mupi* apresenta-se constituído por dois *posters* com uma organização conceptual semelhante, consistindo em cinco fotografias emolduradas com legenda em verde-escuro e com desenhos ornamentais contrastantes nas orlas das molduras.





Figura 101 e 102, *Posters do Bairro Alta de Lisboa – 2º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

O terceiro e último *mupi* do Bairro Alta de Lisboa (figuras 103 e 104) seguiu também a mesma linha gráfica. O *poster* da frente mantém essa lógica de composição, bem como o *poster* da face posterior, que, no entanto, tal como aconteceu no do Bairro Padre Cruz, tem mais imagens que correspondem às capturadas nas sessões de fotografia analógica com as máquinas lomográficas e no *workshop* de *pinhole*.



Figura 103 e 104, *Posters do Bairro Alta de Lisboa – 3º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013



Idêntico percurso seguiram os jovens do Bairro da Boavista ao desenvolverem os seus *posters* de acordo com as ideias pretendidas. No primeiro *mupi* (figuras 105 e 106) e no primeiro *poster*, considerado o de apresentação, seleccionaram um fundo cor-de-rosa com manchas e desenhos gráficos, no qual foi escrito em relevo cinzento o nome dos jovens que participaram nos *workshops* e que foram autores das imagens expostas. O nome do bairro foi inscrito com uma letra de fantasia igualmente em tons de cor-de-rosa, mas com um contorno preto e com sombra como se se projectasse para fora do *poster*, criando o efeito ilusório de tridimensionalidade. O *poster* da face de trás manteve o fundo cor-de-rosa tal como os seguintes, mas sem as manchas existentes no primeiro. Os jovens decidiram colocar cinco fotografias em cada *poster* com a mesma disposição: quatro fotografias horizontais inclinadas e no meio uma em posição vertical. Essas fotografias apresentavam-se inseridas numa moldura preta, mais larga nos lados esquerdo e direito e mais estreita nos lados inferior e superior. A acompanhar as imagens regista-se a legenda a cinzento com o título, o autor e a respectiva idade e o bairro referente à fotografia.



Figura 105 e 106, *Posters do Bairro da Boavista – 1º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

O segundo *mupi* do Bairro da Boavista (figuras 107 e 108), seguiu a tipologia já utilizada no *poster* posterior do primeiro *mupi*, ou seja, fundo cor-de-rosa com cinco imagens e respectivas legendas, modelo aplicado tanto na parte da frente como na de trás do *mupi*.



Figura 107 e 108, *Posters do Bairro da Boavista – 2º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

O terceiro *mupi* (figuras 109 e 110) desse mesmo bairro, na parte da frente seguiu composição gráfica idêntica à dos anteriores, mas já no último *poster* foi colocado um número superior de fotografias, oito, fruto das sessões de fotografia analógica e de *pinhole*. Os jovens do Bairro da Boavista demonstraram grande apreço pela aplicação dessas técnicas e conseguiram captar imagens com bons efeitos de luz e contraste e de focalização dos objectos fotografados, de tal maneira que houve dificuldade em eliminar algumas fotografias e restringir a escolha a apenas oito para a exposição final.



Figura 109 e 110, *Posters do Bairro da Boavista – 3º Mupi*,  
Imagens da Autora, 2013

Como referido, a exposição realizou-se no jardim próximo do Museu da Electricidade, espaço aberto que, à semelhança do que se verificou na exibição de fotografia por Yann Arthus-Bertrand (p.242) e nas exposições do “Projecto Inside Out Lx” do fotógrafo JR, permite o encontro entre artistas, obras e visitantes determinados ou fruto do acaso, meros transeuntes que passam pelo local e têm a oportunidade de serem sensibilizados pelas obras expostas.

O local foi escolhido de acordo com as premissas do estudo do lugar indicadas por Rico (2010). Assim, foi elaborada uma análise dos transportes disponíveis em cada bairro, tendo-se chegado à conclusão que este seria um local com razoável acessibilidade, principalmente para dois dos bairros (Bairro Padre Cruz e Bairro da Boavista). Além disso, este espaço já era conhecido dos jovens que o haviam visitado aquando da exposição do *World Press Photo 13*. Tais condições permitiram que os jovens do Bairro Padre Cruz e do Bairro da Boavista fossem de transportes públicos até ao Museu da Electricidade, ficando deste modo a conhecer o percurso para a sua exposição, sempre que lá quisessem voltar. No caso dos jovens do Bairro Alta de Lisboa, devido à maior dificuldade de organizar as suas idas em transporte público, a coordenadora do “Projecto All Artes” disponibilizou transporte próprio para o efeito.

No dia 11 de Julho de 2013 todos os jovens e demais habitantes das respectivas comunidades foram convidados a participar na inauguração da exposição (figuras 111, 112, 113 e 114). Tratando-se de um evento em espaço aberto e num local com uma envolvência em que a cidade se encontra com o rio, estavam conseguidas condições climatéricas e de moldura paisagística que propiciavam à partida um bom acolhimento destes outros espaços agora ali presentes através dos *mupis*.

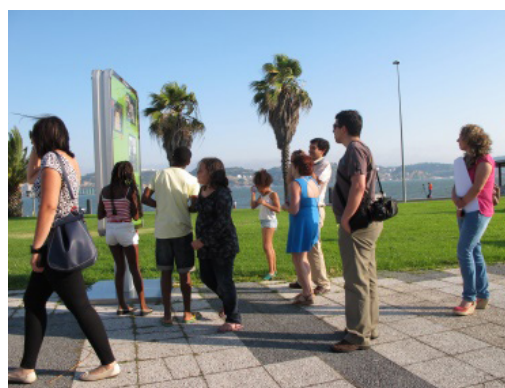


Figura 111, 112, 113 e 114 *Inauguração da Exposição, no jardim junto ao Museu da Electricidade, Fotografias da Autora, 2013.*

O itinerário da exposição (figura 115) integrava-se, assim, no percurso de um passeio que levava estes habitantes de bairros mais ou menos fechados e esquecidos da cidade no seu todo a saírem para uma dimensão urbana e humanisticamente maior.



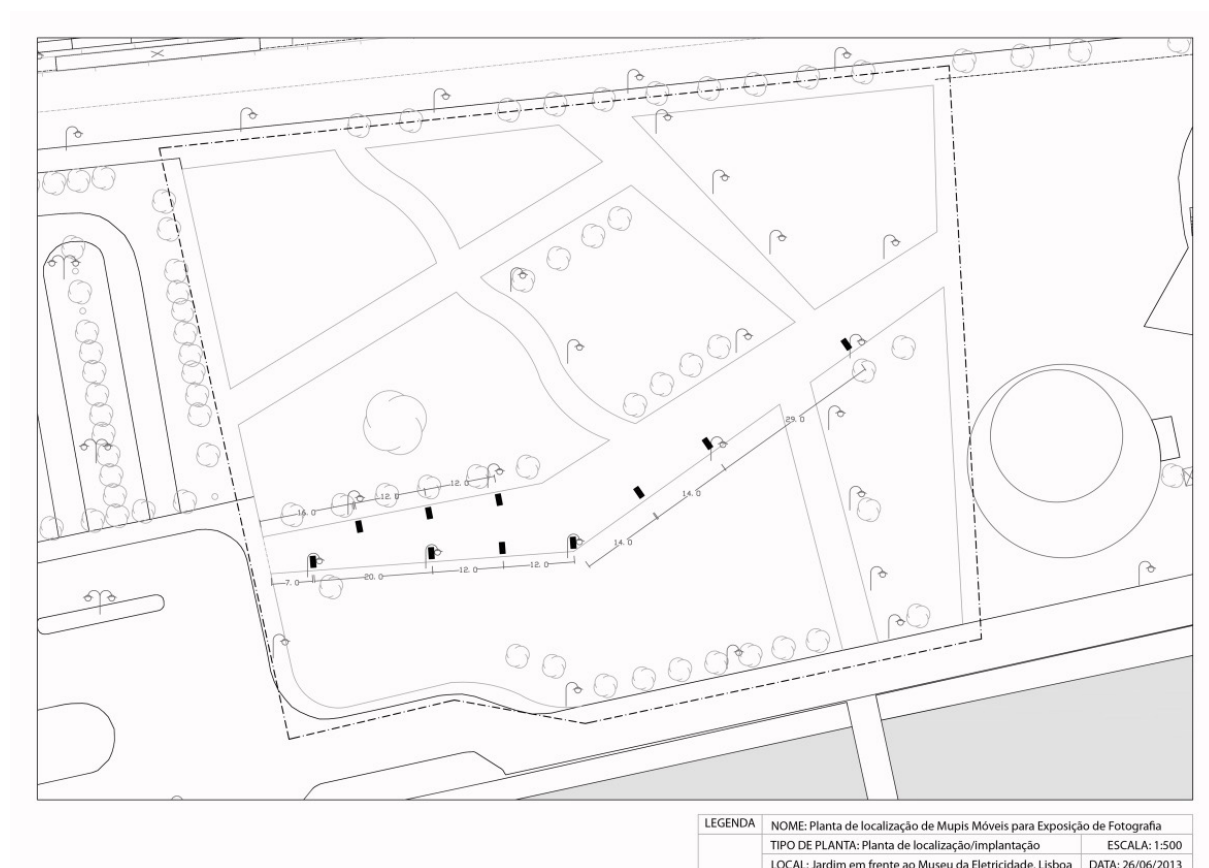


Figura 115, *Planta de localização dos mupis da Exposição*,  
Imagem da Autora, 2013.

Os *mupis*, como já referido, foram colocados no jardim em frente ao Museu da Electricidade, no caminho que dá acesso a esse mesmo museu. O propósito foi, antes de o visitante do Museu da Electricidade entrar, poder cruzar-se com a exposição do “Projecto Moro Aqui ao Lado”.

Assim, de entre as hipóteses disponíveis de colocação dos *mupis* optou-se por o primeiro *mupi* do lado direito ser o da apresentação da exposição, sendo o que está mais perto do parque de estacionamento e, por consequência, mais longe da entrada do museu. Os três seguintes do lado esquerdo pertenciam ao Bairro Padre Cruz; seguidamente, os outros três do lado direito eram os do Bairro Alta de Lisboa e, no seguimento, os últimos três pertenciam ao Bairro da Boavista. Procurou-se colocar todos de modo equidistante e, ao mesmo tempo, que ficasse espaço para o visitante deambular da maneira que lhe aprouvesse, podendo aproximar-se ou afastar-se de cada *mupi* de forma a ver as imagens

maiores e as mais pequenas.

Para além dos visitantes do Museu da Electricidade, a exposição do “Projecto Moro Aqui ao Lado” teve os seus próprios visitantes, bem como transeuntes que por ali circulavam, em virtude de ser um local onde se pratica desporto e se fazem passeios com a família. Assim, qualquer pessoa que passasse pela zona deparava-se com dez *mupis* que não costumavam lá estar, chamando, só por si, a atenção do transeunte que, devido à sua curiosidade, acabava por parar e contemplar a exposição.

Como a exposição foi ao ar livre, também houve a preocupação de colocar os *mupis* perto dos candeeiros existentes na rua, para assegurar que, à noite, fosse possível verem-se as suas imagens. Na verdade, apesar de esses candeeiros não serem em grande número, a sua localização e a estratégia expositiva adoptada garantiram o sucesso da sua visibilidade nocturna.

Em relação à segurança, a Câmara Municipal de Lisboa salientou a obrigatoriedade de fazer um seguro de responsabilidade civil relativamente a cada *mupi*, pois poderia haver algum acidente envolvendo os visitantes. Em termos de acessibilidade, o local da exposição mostrou-se propício, com parque de estacionamento na sua proximidade e servido de transportes públicos vários.

A exposição constituiu a meta do projecto que se tinha vindo a construir ao longo de três meses. Com esse projecto tentou-se criar um fio condutor que tinha por objectivo dotar os jovens participantes de alguns conhecimentos de fotografia, ou seja, dar-lhes a hipótese de entenderem todo o processo criativo, bem como o modo de representar o seu Bairro, para depois o fazerem da forma mais intuitiva e criativa que desejassem. Tal veio a consubstanciar-se na exposição urbana de fotografia em zona aberta da capital.

Para a investigadora, o objectivo mais imediato era munir os jovens de algumas capacidades artísticas e aptidões criativas por forma a criar uma relação com todos os palestrantes envolvidos no processo de aprendizagem e com o meio circundante. Salienta-se aqui a relevância do processo criativo desde o seu início até à concretização final com o evento expositivo em diálogo com todos os potenciais visitantes.

#### 4.2.2 CONCLUSÃO DA PRIMEIRA FASE: ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS PARA INQUÉRITO

A concluir esta primeira fase do “Projecto Moro Aqui ao Lado” foi possível testemunhar de forma directa o envolvimento afectivo e intelectual dos jovens participantes na iniciativa. Os laços forjados entre eles e a equipa de formadores e a autora, embora delimitados ao tempo de contacto, permitiram vislumbrar a capacidade de estabelecer relações para além do círculo fechado do seu bairro. A abertura demonstrada carecia, no entanto, de comprovação mais evidente e mais completa no que toca às suas condições vivenciais de partida, com especial incidência no quadro familiar e económico, factor determinante em muitos outros aspectos.

Assim, após a exposição, e até perto do final de Outubro de 2013, procurou-se contactar os jovens que participaram nas referidas sessões de fotografia para conseguir o preenchimento de um questionário<sup>26</sup> de opinião sobre os *workshops*, a fim de compreender o que mais apreciaram, de que modo a iniciativa os marcou e quais as expectativas suscitadas.

Os questionários sinalizam dados tais como a assiduidade, o grupo etário dos jovens participantes, as suas reacções à prática da fotografia, em relação ao curso, à tipologia das imagens recolhidas e ao processo conducente à exposição e à exposição em si mesma. O questionário procurou também indagar aspectos do seu relacionamento pessoal intra e inter bairros. Há a assinalar que, muitas vezes, é tão importante o que os respondentes transmitem como aquilo que fica por dizer. Os silêncios com frequência remetem para o vazio das oportunidades de integração ou progressão, ou, pior, a incapacidade de sonhar com tais oportunidades.

#### Bairro Padre Cruz

Como se poderá verificar pelo mapa de presenças a seguir apresentado, no Bairro Padre Cruz, dos catorze jovens que participaram no ateliê de fotografia, quatro não assistiram às sessões finais (figura 116), nomeadamente, a Bruna Urbano, a Maria Inês Pereira, a Maria Ferreira e a Nicole Coelho, por estarem ocupadas com outras actividades lectivas que coincidiam com o horário alotado à fotografia.

26] O questionário pode ser visto no Apêndice I: Questionário para Inquérito - Primeira Fase que se encontra no CD.



Outros jovens faltaram às primeiras sessões porque apenas souberam da existência do ateliê depois de este já ter começado. Em termos de género, constatou-se que, em catorze participantes, havia predominância de jovens do sexo feminino, mais precisamente, apenas um rapaz se inscreveu.

DIA NOME	01/04 Apresentação	08/04 Fotografia Analógica	15/04 Fotografia Analógica	22/04 Retrato	29/04 Fotografia Digital I	06/05 Fotografia Digital I	13/05 Fotografia Digital II	20/05 Fotografia Digital II	27/05 Pinhole	03/06 Pinhole	17/06 Exposição	24/06 Exposição	01/07 Exposição (aula extra)	Total
Ana Rodrigues	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	12
Bruna Urbano		X	X	X	X	X		X						6
Daniela Correia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				10
Diana Silva		X	X	X	X	X	X	X	X	X				9
Inês Almeida	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	12
M <sup>a</sup> Inês Pereira			X	X	X	X	X							5
Maria Ferreira			X	X	X	X	X	X						6
Nicole Coelho		X	X	X	X	X	X	X						7
Rita Reis		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			10
Rúben Pereira	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	12
Sandra Rodrigues		X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	11
Susana Rodrigues	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X	X	11
Tânia Rodrigues	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	12
Vanessa Santos			X	X	X	X	X	X	X	X				8

Figura 116, *Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Padre Cruz – Primeira Fase, 2013*

Em relação às idades dos participantes, a média aproximada rondava os 14 anos, sendo mesmo essa a idade da maioria dos jovens que frequentou o ateliê como se verifica pelo quadro seguinte (figura 117).

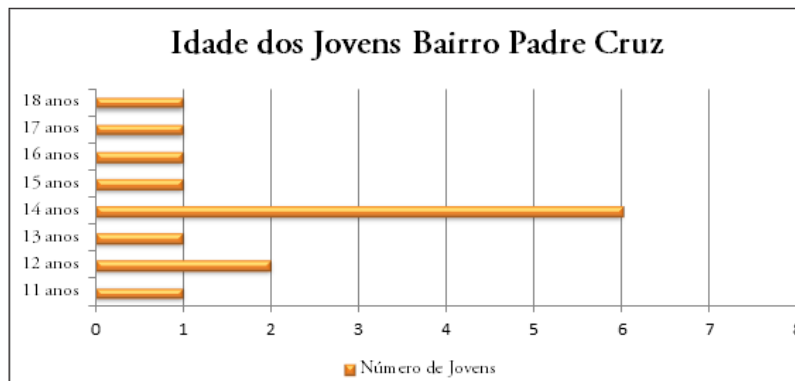


Figura 117, *Idade dos Jovens do Bairro Padre Cruz – Primeira Fase, 2013*

Dos catorze jovens participantes do Bairro Padre Cruz, dez preencheram os questionário para inquéritos, não se tendo conseguido contactar os restantes quatro. Assim, como os questionários preenchidos correspondem a cerca 71% do total, será feita uma análise às respostas obtidas considerando-as como representativas da opinião global do grupo.

As perguntas nº 5 à nº 8 visam fazer uma breve caracterização das condições sociais dos jovens participantes na iniciativa. As famílias dos jovens são predominantemente monoparentais, sendo a mãe a presença mais recorrente, partilhando o lar familiar com ascendentes (avós) e colaterais (tios). Todos os jovens têm, pelo menos, um irmão. Os pais trabalham no sector secundário, porém, normalmente só um elemento da família está empregado, enquanto o outro se encontra no desemprego.

No que diz respeito à reacção dos visados ao curso de fotografia, retiraram-se as seguintes ilações: à pergunta nº9 do questionário, sobre o motivo que os levou a inscreverem-se no ateliê de fotografia, a maioria dos jovens respondeu que era uma área que lhes interessava e sobre a qual pretendiam aprender mais e, também, porque gostavam de tirar fotografias.

Devido ao elevado número de alíneas incluídas na pergunta nº 10 (de A a L), algumas foram agrupadas de acordo com

o seu tópico específico. As alíneas A, “Senti algum interesse nas aulas”, B, “Gostei das aulas”, C, “Sinto que aprendi nestas aulas”, G, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, H, “Considero que estive sempre atento/a nas aulas”, I, “Fui pontual” e K, “Fui a mais de metade das aulas de fotografia”, remetem todas para a participação dos jovens durante o ateliê de fotografia e o grau de interesse que elas suscitaram. Por isso foi elaborado um gráfico onde se podem analisar em conjunto as suas respostas. As referidas alíneas eram de preenchimento com cruz e as opções de escolha de resposta eram: concordo plenamente; concordo; nem discordo nem concordo; discordo e discordo plenamente. Idêntica análise e modelo de agrupamento das alíneas foi aplicado nos outros dois bairros.

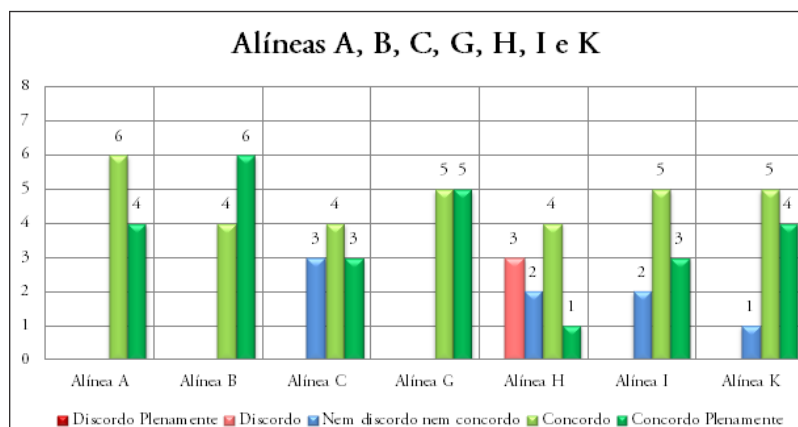


Figura 118, Alínea A, B, C, G, H, I e K, 2013

Neste gráfico (figura 118) é possível ver que relativamente à alínea A, “Senti algum interesse nas aulas”, todos os jovens responderam de forma positiva, seis concordam e quatro concordam plenamente. A alínea B, “Gostei das aulas”, teve igualmente resposta positiva, quatro concordam e seis concordam plenamente. A alínea C, “Sinto que aprendi nestas aulas”, a maioria considera que aprendeu no ateliê de fotografia, havendo três que concordam plenamente, quatro que concordam e somente três nem discordam nem concordam. À alínea G, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, as respostas foram todas positivas, cinco concordam plenamente e outros cinco concordam. Na alínea H, “Considero que estive sempre atento/a nas aulas”, três discordam, confessan-

do a sua desatenção, dois nem discordam nem concordam deduzindo-se que não se sentem preparados para analisar a sua prestação, quatro concordam, considerando que estiveram atentos, e um concorda plenamente, ou seja, assume que teve uma atenção elevada. Quanto à alínea I, “Fui pontual”, dois nem discordam nem concordam, cinco concordam e três concordam plenamente; assim sendo, a maioria considera que foi pontual. A alínea K, “Fui a mais de metade das aulas de fotografia”, a maioria considera que sim, um nem discorda nem concorda, cinco concordam e quatro concordam plenamente, o que é comprovado pelo mapa de presenças (p. 327).

As respostas às alíneas D, “Considero que houve evolução na forma como tiro as fotografias” e J, “Cumprir os objectivos do curso” também foram agrupadas no mesmo gráfico, pois ambas mostram resultados sobre a evolução dos jovens no ateliê.

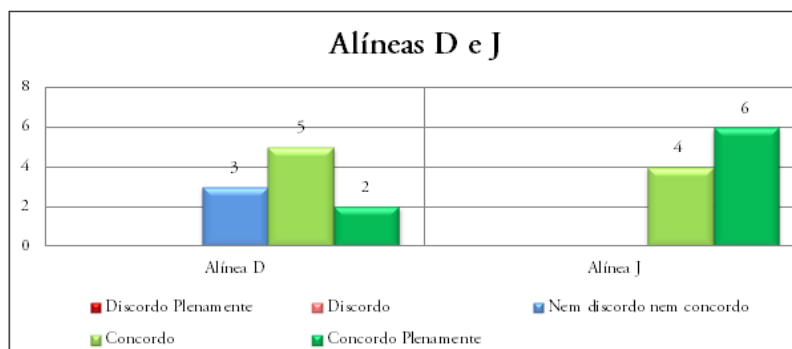


Figura 119, *Alínea D e J*, 2013

Em relação à alínea D, “Considero que houve evolução na forma como tiro as fotografias” (figura 119), três jovens não têm opinião, pois nem discordam nem concordam, cinco concordam que houve uma evolução no modo como fotografavam e dois concordam plenamente. A alínea J, “Cumprir os objectivos do curso” (figura 119), quatro concordam e seis concordam plenamente; logo todos os jovens consideram que cumpriram os objectivos do ateliê.

À alínea E, “Gostei de tirar fotografias” (figura 120), os jovens responderam todos de forma positiva, oito concordam plenamente e dois concordam, havendo, assim, um contentamento notório no trabalho de campo.

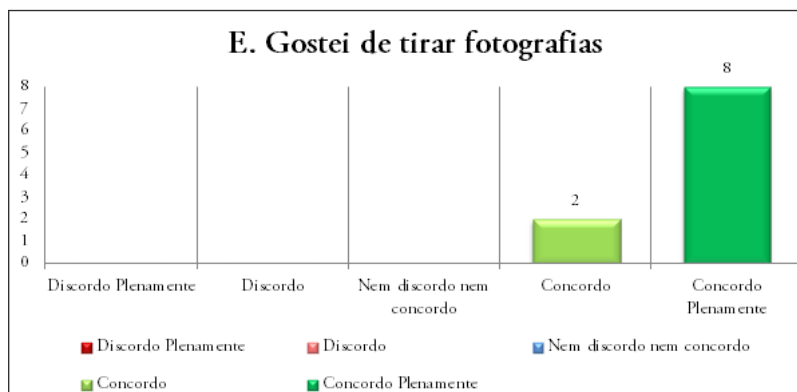


Figura 120, Alínea E. *Gostei de tirar fotografias*, 2013

Relativamente à alínea E, “Gostei de participar numa exposição de fotografia” (figura 121), é evidente que os jovens gostaram de organizar a exposição e de ver o seu trabalho exposto, pois sete jovens deram a resposta concordo plenamente, dois concordam e um nem discorda nem concorda. Verifica-se, pois, uma visível satisfação por terem participado activamente na exposição.

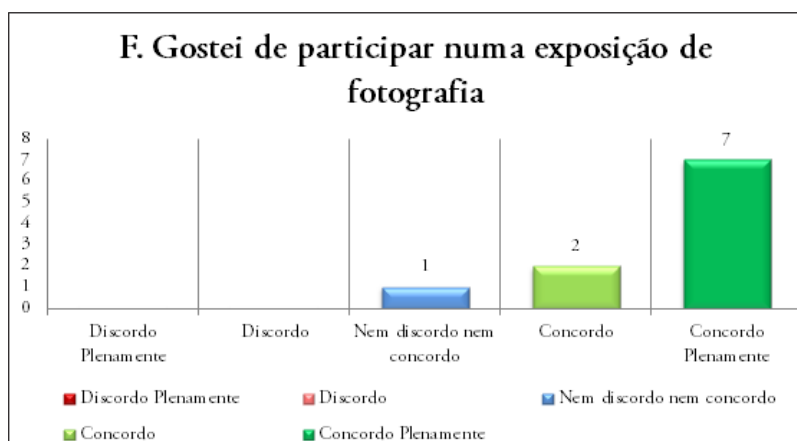


Figura 121, Alínea F. *Gostei de participar numa exposição de fotografia*, 2103

No que se refere à alínea L, “Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano” (figura 122), a manifestação dos jovens também foi clara, havendo sete que concordam plenamente, dois que concordam e um que nem discorda nem concorda. Esta vontade por parte dos jovens de quererem aprender mais sobre fotografia foi, aliás, visível empiricamente ao longo dos *workshops*, o que fez com que se ponderasse continuar e avançar para uma segunda fase do “Projecto Moro Aqui ao Lado”.



Figura 122, Alínea L. Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano, 2103

As questões do nº 11 ao nº 15 requeriam uma resposta discursiva que permite uma análise de diferente conteúdo, mais modulada segundo a subjectividade dos sujeitos respondentes.

No que respeita à pergunta nº 11, “o que mais gostaste de aprender nas aulas de fotografia”, os jovens referem que gostaram de aprender novas formas de tirar fotografias, novos modos de observar e interpretar as imagens captadas quer por eles próprios, quer por outros participantes ou formadores.

À pergunta nº 12, “o que mais gostaste de fazer”, responderam que gostaram de fotografar no seu bairro, de tirar fotografias sem precisar de uma câmara e de organizar a exposição.

Acerca da pergunta nº 13, “qual a técnica que gostaste mais de experimentar (revelação, iluminação, composição, *pinhole*...)”, a maioria afirmou ter gostado de saber como se revelava uma fotografia e de construir a sua própria câmara (*pinhole*). Também dois jovens afirmaram terem gostado de aprender sobre iluminação, pois aperceberam-se que, consoante a projecção da luz, aplicada os retratos exibiam características várias que eles classificaram como fantásticas.

Sobre a pergunta nº 14, “qual o tipo/categoria que gostaste mais de fotografar (retrato, paisagem natural, paisagem urbana, macro, animais...)”, a maioria seleccionou paisagem, considerada muito interessante e por permitir que andassem pela rua, em espaço aberto.

A pergunta nº 15 foi colocada tendo já em mente a possi-

bilidade de uma segunda fase do projecto, “que local fora do teu bairro gostavas de fotografar”, tendo a maior parte respondido Belém e Baixa e em segundo lugar de preferências o mar, o parque das conchas e Famalicão.

À pergunta nº 16, “foste ver a exposição *World Press Photo* ao Museu da Electricidade”, a maioria respondeu pela negativa, pois só três a foram ver. No que se refere à explicitação do motivo que os fez ir, ou não, sete referem que não tiveram disponibilidade ou se esqueceram e os três que foram declaram ter desejado ver o Museu da Electricidade e uma exposição de fotografia, achando que foi uma actividade interessante e divertida.

Relativamente à pergunta nº 18, “se respondeste que sim, diz qual a fotografia que te marcou mais e porquê?”, as respostas foram diversas, variando conforme os seus gostos, desde imagens com animais, uma fotografia de África que, nas palavras de um dos jovens, terá aparecido na televisão do que se poderá deduzir tratar-se da fotografia “Football in Guinea-Bissau” do fotógrafo Daniel Rodrigues.

No que se refere à pergunta nº 19, “foste ver a exposição “Moro Aqui ao Lado”, inserida no curso de fotografia, no jardim em frente ao Museu da Electricidade”, dos jovens inquiridos, só uma a foi ver, tendo os outros dado respostas evasivas, alegando que não puderam, que se esqueceram ou que não estavam em Lisboa na altura em que a exposição decorreu. Contudo, analisando estes dados e conhecendo um pouco os jovens, o maior motivo para não terem ido visitar a exposição, foram causas de ordem económica e do pouco envolvimento dos familiares nas actividades desenvolvidas pelos filhos e/ou netos e/ou sobrinhos.

Na pergunta nº 22, tal como aconteceu na pergunta nº 10, algumas das alíneas foram agrupadas consoante o assunto específico abordado. Assim, foram agrupadas a B, “Eu gosto de pensar em mim como semelhante às pessoas que vivem neste bairro” e a C, “Penso que concordo com a maioria das pessoas que vivem neste bairro acerca daquilo que é importante na vida”. Outra análise elaborada em conjunto foi a das alíneas D, “Se tivesse uma emergência, mesmo as pessoas que eu não conheço deste bairro estariam dispostas a ajudar-me” e F, “Se precisar de um



conselho acerca de algo, posso pedi-lo a alguém do meu bairro”. No caso das alíneas G, “Há pessoas neste bairro que realmente se preocupam comigo” e H, “Eu penso que cada um por si é uma boa descrição de como as pessoas agem neste bairro”, elas também serão alvo de análise conjunta por reflectirem duas faces da mesma questão. As alíneas I, “Se as pessoas do meu bairro estivessem a planear alguma coisa, eu pensaria nela como algo que “nós” estamos a fazer em vez de algo que “eles” estão a fazer”, J, “Eu estaria a trabalhar com outros em algo para melhorar o meu bairro” e K, “Se houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo”, também foram analisadas em conjunto.

As restantes alíneas A e E foram analisadas singularmente. As respostas eram de preenchimento com cruz, com as mesmas opções de escolha da pergunta nº 10. Esta sequência de alíneas é relativa a perguntas sobre o bairro em que os jovens vivem e como o vêem e nele se sentem.

A alínea A, “Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem” (figura 123), oito jovens consideram que o seu bairro é um sítio seguro e dois nem discordam nem concordam, ou seja, não expressam opinião própria.

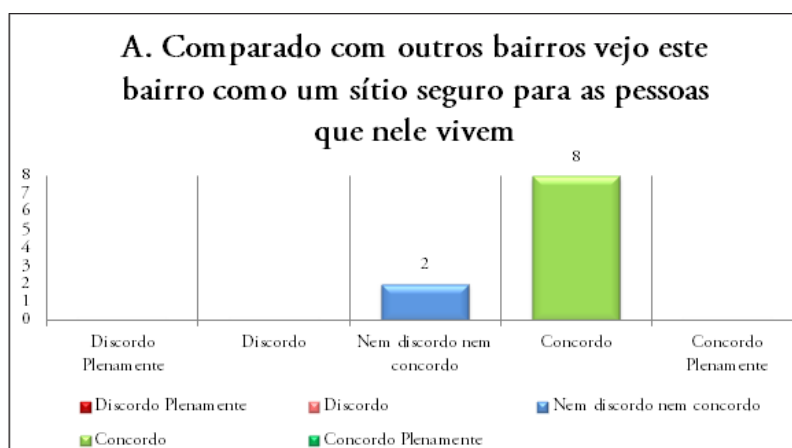


Figura 123, Alínea A. Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem, 2013

As alíneas B, “Eu gosto de pensar em mim como semelhante às pessoas que vivem neste bairro” e C, “Penso que concordo com a maioria das pessoas que vivem neste bairro acerca daquilo que é importante na vida”, foram agrupadas devido à sua proximidade do assunto, ou seja, procuram averiguar se os participantes se identificam com as pessoas do bairro e se partilham as mesmas ideologias. Assim, no gráfico (figura 124) relativamente à alínea B), pode ver-se que a maioria considera que é semelhante às outras pessoas do bairro, pois quatro responderam que concordam e outros quatro que concordam plenamente, havendo apenas um que nem discorda nem concorda e outro que discorda.

À alínea C) quatro responderam que concordam plenamente, três concordam, um nem discorda nem concorda e dois discordam, ou seja, a maioria considera que tem afinidades com os seus vizinhos acerca do que é importante na vida, embora dois jovens discordem dessa opinião.

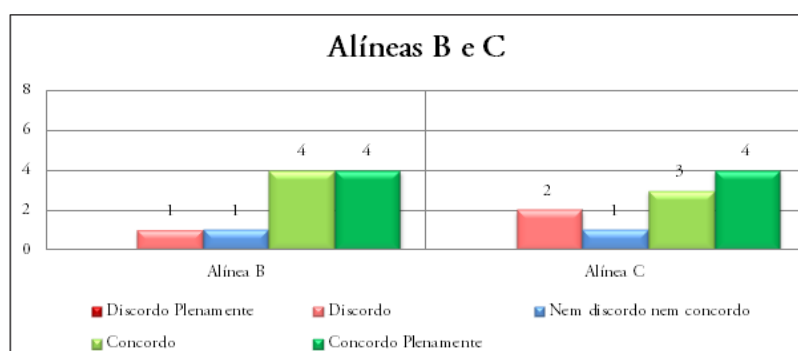


Figura 124, Alínea B e C, 2013

Como já foi referido, as alíneas D, “Se tivesse uma emergência, mesmo as pessoas que eu não conheço deste bairro estariam dispostas a ajudar-me” e F, “Se precisar de um conselho acerca de algo, posso pedi-lo a alguém do meu bairro”, foram analisadas em conjunto, pois as duas abordam a relação de solidariedade entre os vizinhos do bairro (figura 125).

Relativamente à alínea D), a maioria concorda que mesmo pessoas que não conhece estariam dispostas a ajudar o jovem, caso se encontrasse numa situação de emergência, pois quatro responderam concordo plenamente, outros quatro concordo, um nem

discorda nem concorda, ou seja, não tem opinião sobre o tópico e somente um discorda plenamente considerando que não iria ser ajudado. Em relação à alínea F) cinco responderam que concordam plenamente, um concorda, três nem discordam nem concordam e um discorda. Assim, a maioria considera que, se precisasse de um conselho, poderia pedi-lo a alguém do seu bairro.

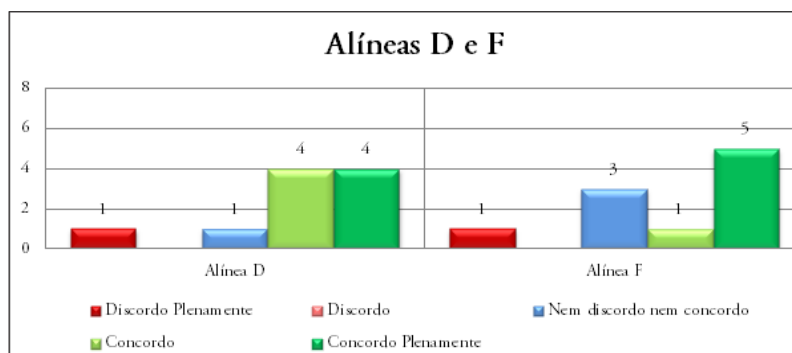


Figura 125, *Alínea D e F*, 2103

Quanto à alínea E, “Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida” (figura 126), os jovens estão mais divididos, dois concordam plenamente, dois concordam, cinco não têm opinião, ou seja, nem discordam nem concordam e um discorda plenamente. Não se consegue, portanto, apurar uma opção dominante quanto à permanência no bairro onde estavam à data do inquérito.



Figura 126, *Alínea E. Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida*, 2013

No respeitante às alíneas G e H (figura 127) elas funcionam como as duas faces de um espelho social. A alínea G, “Há pessoas neste bairro que realmente se preocupam comigo”, todos os jovens consideram que sim, pois seis responderam concordo plenamente e quatro concordo.

No entanto, quando questionados sobre a alínea H, “Eu penso que cada um por si é uma boa descrição de como as pessoas agem neste bairro”, as respostas perdem consistência: um jovem concorda plenamente, três concordam, quatro nem discordam nem concordam e dois discordam, não havendo, assim propriamente uma opinião unânime acerca desta pergunta. Tal facto parece apontar para a inadmissibilidade da ideia de isolamento egoísta entre os habitantes do bairro, embora também revele a incerteza quanto à solidez dos laços eventualmente existentes.

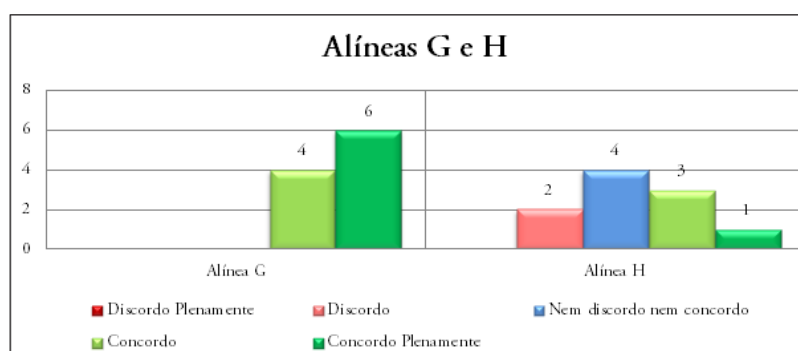


Figura 127, Alínea G e H, 2013

As alíneas I, “Se as pessoas do meu bairro estivessem a planear alguma coisa, eu pensaria nela como algo que “nós” estamos a fazer em vez de algo que “eles” estão a fazer”, J, “Eu estaria a trabalhar com outros em algo para melhorar o meu bairro” e K, “Se houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo” (figura 128), como referido, também foram analisadas juntamente, pois abordam um assunto semelhante, neste caso, se os jovens julgam que existe um “nós” em prol da melhoria do seu bairro. À alínea I), um jovem respondeu que concorda plenamente, seis concordam e três nem discordam nem concordam. No que se refere à alínea

J)), cinco responderam que concordam plenamente, três concordam e dois nem discordam nem concordam.

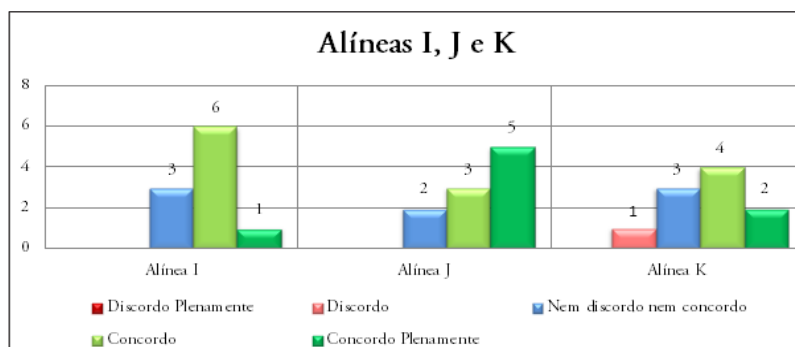


Figura 128, *Alínea I, J e K*, 2013

Em relação à alínea K, “Se houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo” (figura 128), dois concordam plenamente, quatro concordam, três nem discordam nem concordam e um discorda.

Assim, a maior parte considera que ajudaria a melhorar o seu bairro e que faz parte de algo que pode ser entendido como uma comunidade capaz de reagir em uníssono nos momentos mais sérios com que se possa defrontar.

A pergunta nº 23 pretende compreender com que frequência os jovens participantes têm contacto com os seus vizinhos próximos, pois um aspecto importante da vida de um bairro é o convívio entre os seus residentes. A resposta a esta pergunta também foi assinalada através de uma cruz, em que as opções de escolha foram feitas através de uma escala de frequência: nunca, raramente, ocasionalmente, frequentemente e muito frequentemente.

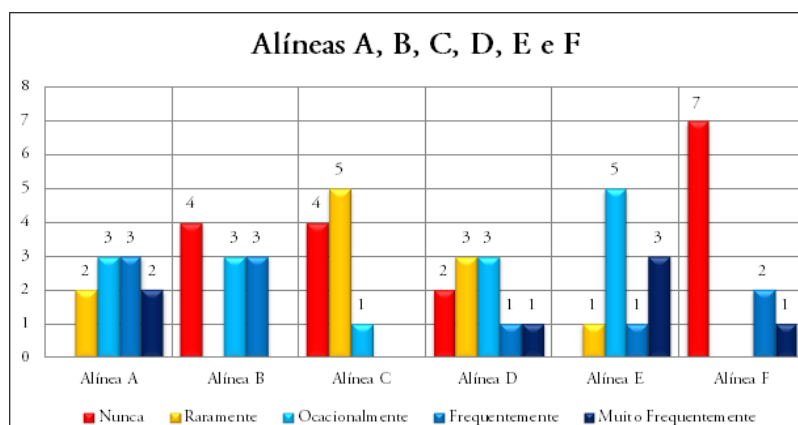


Figura 129, *Alíneas A, B, C, D, E e F*, 2013

Neste caso optou-se por colocar todas as alíneas no mesmo quadro de análise, constituindo cada módulo do gráfico uma alínea com as barras de escala de frequência correspondentes às respostas dadas pelos jovens (figura 129).

Para a alínea A, “Quantas vezes dizes “Olá” ou acenas a um vizinho ao vê-lo na rua?”, o resultado obtido foi repartido, pois dois responderam raramente, três ocasionalmente, três frequentemente e dois muito frequentemente, ou seja, todos fazem um cumprimento a um vizinho na rua; no entanto, cinco fazem-no com pouca frequência e outros cinco com mais regularidade.

Em relação à alínea B, “Quantas vezes saís com um vizinho, para ires às compras, ao cinema, a um concerto, ou a outra actividade semelhante?”, a maioria (quatro) respondeu que nunca, três ocasionalmente e outros três frequentemente.

No que se refere à alínea C, “Quantas vezes discutes assuntos e problemas do bairro com um vizinho?”, quatro responderam nunca, cinco raramente e um ocasionalmente, não havendo assim, uma propensão para discutir os problemas do bairro com a vizinhança.

A alínea D, “Quantas vezes é que um vizinho te convidou para lanchar ou outro tipo de convívio?”, mantém a mesma orientação das respostas anteriores no que concerne à pouca convivência com os vizinhos, ou seja, dois responderam nunca, três raramente, três ocasionalmente, um frequentemente e outro muito frequentemente.

Quanto à alínea E, “Quantas vezes já tiveste uma conversa

com um vizinho ao vê-lo na rua?”, um jovem respondeu raramente, cinco ocasionalmente, um frequentemente e três muito frequentemente.

No que se refere à última alínea desta pergunta, F, “Quantas vezes pediste coisas emprestadas a um vizinho, como livros, revistas, loiça, receitas, comida ou outra coisa qualquer?”, é evidente a resposta nunca (sete), apenas havendo, dois que responderam frequentemente e um muito frequentemente.

Em suma, as relações estabelecidas entre vizinhança parecem ser ténues e espaçadas no tempo, denotando o fechamento das famílias quando comparado com um sentido gregário associado à territorialidade do bairro.

A pergunta nº 24, que se refere à frequência com que os jovens fizeram actividades e foram a certos locais no último mês, foi analisada em duas partes. As alíneas A, B, C, D e H foram agrupadas por serem consideradas actividades que, normalmente, têm de ser realizadas fora do bairro (figura 130), enquanto as restantes alíneas dizem respeito, na sua maior parte, a actividades passíveis de se fazerem na zona da sua comunidade (figura 131).

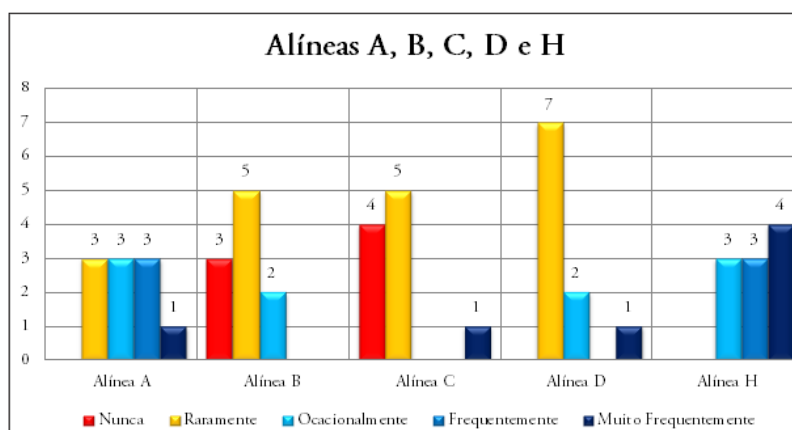


Figura 130, Alínea A, B, C, D e H, 2013

Relativamente à alínea A, “Foste a um centro comercial”, um respondeu muito frequentemente, três frequentemente, outros três ocasionalmente e os últimos três raramente, havendo assim, uma predominância para o raramente e ocasionalmente.

À alínea B, “Foste ao cinema ou a um concerto”, a maioria respondeu que não, ou seja, dois foram ocasionalmente, cinco



raramente e três nunca.

A alínea C, “Foste a um evento desportivo”, só um jovem respondeu muito frequentemente, cinco responderam raramente e quatro nunca. Há que salientar que o respondente de “muito frequentemente” é um praticante de desporto o que o leva a participar nesses eventos.

Na alínea D, “Visitaste um parque ou um museu”, um jovem respondeu muito frequentemente, dois responderam ocasionalmente e sete raramente.

À alínea H, “Foste dar um passeio fora do teu bairro”, quatro responderam muito frequentemente, três frequentemente e outros três ocasionalmente, aqui havendo uma maioria de jovens que disse que sai do seu bairro com frequência.

Em suma, pode apurar-se que a maioria destes jovens não tem contacto regular com eventos ou instituições, comerciais ou culturais, fora do seu bairro, permanecendo difusa a noção que têm de “dar um passeio” que, pelo seu carácter vago, não permite determinar até que ponto se afastaram do que poderá ser considerada a sua zona de conforto.

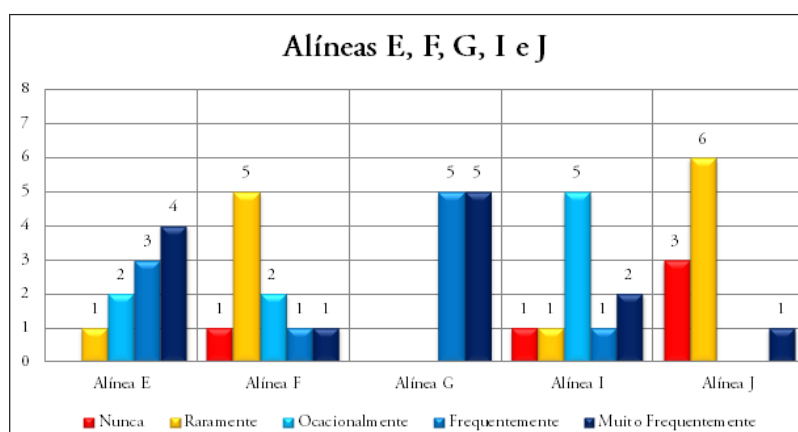


Figura 131, *Alínea E, F, G, I e J*, 2103

As alíneas E, F, G, I e J também foram agrupadas por forma a serem analisadas em conjunto devido à semelhança de actividades que podem ser desenvolvidas na zona do seu bairro.

À alínea E, “Foste a um café”, a maioria (quatro) respondeu muito frequentemente, três frequentemente, dois ocasionalmente

e um raramente, havendo assim, uma predominância para a ida ao café durante o mês.

À alínea F, “Foste almoçar/jantar a um restaurante”, um respondeu muito frequentemente, outro frequentemente, dois ocasionalmente, cinco raramente e um nunca, ou seja, existe predominância na resposta raramente.

À alínea G, “Foste a uma igreja ou outro lugar de culto religioso”, os jovens foram unânimes a responder que sim, ou seja, cinco responderam muito frequentemente e outros cinco frequentemente, havendo assim, predominância dos jovens do Bairro Padre Cruz em frequentarem templos/serviços religiosos.

À alínea I, “Foste a uma biblioteca”, dois responderam muito frequentemente, um frequentemente, cinco (a maioria) ocasionalmente, um raramente e outro nunca. Apontando para uma hegemonia negativa.

À alínea J, “Foste ao barbeiro/cabeleireiro ou salão de beleza”, um respondeu muito frequentemente, seis raramente e três nunca.

Da súmula das alíneas supramencionadas aduz-se que os jovens, para além da escola, circulam entre o café e a sua igreja de forma regular e todas as outras possibilidades de convívio ou entretenimento ocorrem de forma muito mais rara, quase alheia à vivência reconhecida.

Com esta breve análise das perguntas colocadas no questionário para inquérito dado aos jovens, percebe-se que a maioria gostou de frequentar as sessões de fotografia e sentiu que pode evoluir, tendo cumprido os objectivos do curso. Fica claro, também, que os jovens gostaram de organizar e participar numa exposição, para além de terem demonstrado que pretendiam continuar a ter aulas de fotografia.

Já relativamente ao seu bairro, as respostas não são tão consistentes, apesar de a maior parte considerar seguro viver no Bairro Padre Cruz, ainda que com dúvidas quanto à sua permanência lá. Relativamente a sentirem-se semelhantes às pessoas que vivem no seu bairro e se têm a mesma opinião acerca daquilo que é importante na sua vida, a maioria reage positivamente, o mesmo acontecendo no que diz respeito à solidariedade entre vizinhos.

Já sobre a resolução de problemas referentes ao bairro pelos seus próprios residentes, implicando a capacidade de se unirem e organizarem para tais objectivos, os jovens parecem relativamente optimistas. Este último aspecto reveste-se de particular importância, na medida em que indicia a potencialidade de futuro trabalho a ser desenvolvido pelos designers e/ou outros agentes que pretendam intervir no bairro. Apesar de normalmente os bairros sociais ou marginalizados serem fechados à comunidade exterior e vice-versa, a circunstância de serem internamente unidos pode ser proveitosa. Na verdade, no processo de obtenção de confiança que é inerente à prossecução de qualquer projecto, os jovens, neste caso, podem actuar como os elementos de transmissão e estabelecimento de relações entre o bairro e os agentes exteriores, constituindo, portanto um passo para uma maior abertura ao exterior e, consequentemente, para tornar os habitantes mais inclusos na sociedade num sentido lato.

Todavia, na penúltima pergunta, relativa à frequência com que eles convivem com os seus vizinhos, nota-se que os jovens têm pouco contacto uns com os outros; são capazes de os cumprimentar, mas poucas vezes saem, discutem assuntos ou pedem coisas emprestadas aos seus vizinhos.

Nestas comunidades, as famílias são fechadas em si mesmas e, apesar de às vezes os jovens se conhecerem do meio escolar, essa relação só acontece na escola, não lhes sendo permitido privar com os seus colegas após as actividades escolares e lúdicas em que estejam integrados. Isto acontece devido a não quererem expor os seus problemas privados e/ou as actividades e negócios, eventualmente na fimbria da legalidade, em que as respectivas famílias e eles próprios estão envolvidos.

A última pergunta, sobre a frequência com que fizeram certas actividades durante o período de um mês, na primeira parte com alíneas referentes a acções normalmente feitas fora do bairro, a maioria respondeu que as realizou raramente. Contudo, no que se refere a dar um passeio fora do bairro, as respostas foram que o faziam com frequência, talvez devido a deslocarem-se a zonas adjacentes com o intuito de irem a outros espaços comerciais e de terem acesso a outros transportes. No entanto, notou-se que os

jovens realizavam o seu quotidiano pelo bairro, pois tinham ali dentro as escolas, as actividades desportivas e culturais. No que toca à segunda parte desta pergunta, com alíneas que se referem mais a actividades desenvolvidas dentro do bairro, a maioria frequenta um café; porém, almoçar ou jantar num restaurante ou ir ao cabeleireiro/barbeiro é algo que é feito raramente, talvez pelo baixo nível económico que lhes é comum. Quanto à ida à biblioteca os jovens responderam na sua maioria, ocasionalmente, havendo dois que iam muito frequentemente, em virtude de terem actividades escolares nesse espaço. Já a questão relativa à frequência de um local religioso é unânime com todos a responderem que frequentam o seu local de culto com regularidade.

### **Bairro Alta de Lisboa**

No Bairro Alta de Lisboa dos onze jovens que participaram no ateliê de fotografia, um não assistiu às sessões finais (figura 132), nomeadamente, Joana Gonçalves, porque tinha explicações à mesma hora. Alguns dos jovens faltaram às primeiras sessões porque só tardiamente souberam da existência do ateliê, mas a investigadora aceitou as suas inscrições e eles começaram pouco depois. Em onze jovens havia predominância do género feminino, pois só três rapazes se inscreveram.

DIA	09/04	16/04	23/04	30/04	07/05	14/05	21/05	28/05	04/06	11/06	25/06	Total
NOME	Apresentação Fotografia Analógica	Fotografia Analógica	Retrato	Fotografia Digital I	Fotografia Digital I	Fotografia Digital II	Fotografia Digital II	Pinhole	Pinhole	Exposição	Exposição	
Alexandre Guimarães	X	X		X	X	X	X	X	X	X		9
Ester Barbosa	X	X	X	X	X	X		X		X	X	9
Joana Gonçalves	X	X	X	X	X							5
Laura Farinha	X	X	X	X	X	X	X	X				8
Lucy Tavares		X	X		X	X	X	X		X		7
Luís Moreno	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
Magdalena Rebello	X	X	X	X	X	X	X	X		X		9
Maria Sousa				X	X	X	X	X	X	X		7
Nelma Varela				X	X	X	X	X	X	X	X	8
Olga Courth	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	10
Rúben Melo	X	X	X	X	X	X	X	X		X		9

Figura 132, *Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Alta de Lisboa – Primeira Fase, 2013*

Em relação à faixa etária, a média aproximada rondava os 12 anos de idade, tendo mesmo a maioria dos jovens que frequentou o ateliê de fotografia essa idade precisamente (figura 133).

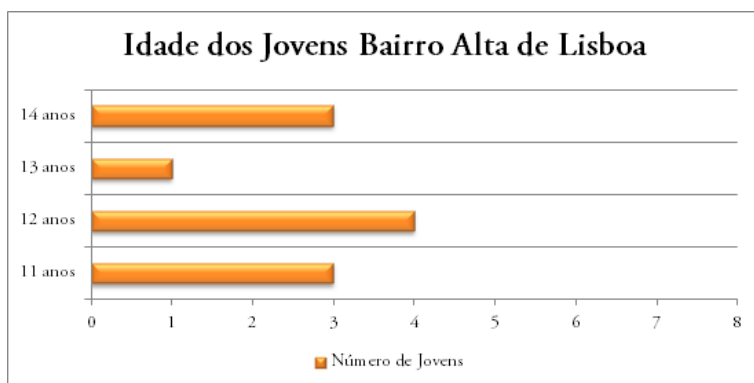


Figura 133, *Idade dos Jovens do Bairro Alta de Lisboa – Primeira Fase, 2013*

Dos onze jovens participantes do Bairro Alta de Lisboa, seis preencheram o questionário para inquérito, não tendo sido possível contactar os outros cinco. Como se obteve resposta de 55% dos inquiridos, será feita uma análise às respostas, considerando-as como a opinião global do grupo.

As perguntas nº 5 à nº 8 visam fazer uma breve caracterização das condições sociais dos jovens participantes na iniciativa. Assim, todos os jovens têm, pelo menos, um irmão, embora a maioria tenha cinco. As famílias dos jovens são predominantemente monoparentais, sendo a mãe a presença mais recorrente e partilhando o espaço de habitação com ascendentes (avós) e colaterais (tios). Os pais trabalham, os dois, no sector secundário.

Na abordagem às reacções dos inquiridos sobre o curso de fotografia apuraram-se os dados que a seguir se discriminam:

À pergunta nº 9 do questionário, sobre o motivo que os levou a inscrevem-se no ateliê de fotografia, a maioria dos jovens respondeu que gostava de fotografia.

Na pergunta nº 10, as alíneas A, “Senti algum interesse nas aulas”, B, “Gostei das aulas”, C, “Sinto que aprendi nestas aulas”, G, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, H, “Considero que estive sempre atento/a nas aulas”, I, “Fui pontual” e K, “Fui a mais de metade das aulas de fotografia reportam todas à participação do jovem no ateliê de fotografia”. Daí que fosse elaborado um gráfico onde todas estas alíneas se encontram analisadas. As alíneas eram de preenchimento com cruz e as opções de escolha de resposta eram: concordo plenamente, concordo, nem concordo nem discordo, discordo e discordo plenamente.

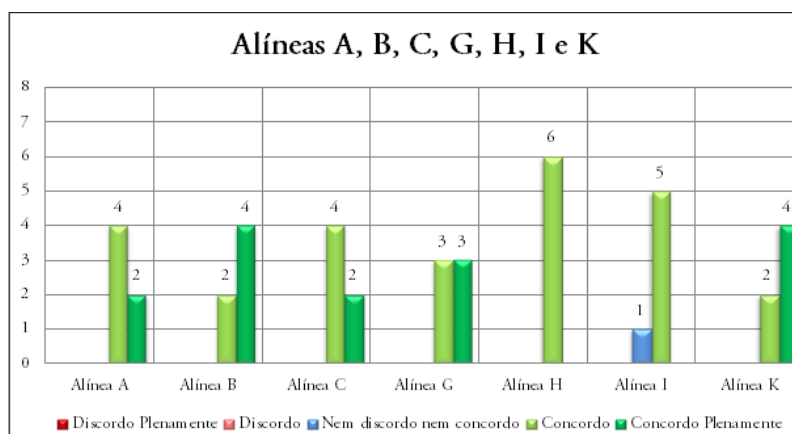


Figura 134, Alínea A, B, C, G, H, I e K, 2013

Neste gráfico (figura 134) é possível ver que, relativamente à alínea A, “Senti algum interesse nas aulas”, todos os jovens responderam de forma positiva, quatro concordam e dois concordam plenamente. A alínea B, “Gostei das aulas”, teve igualmente resposta positiva, dois concordam e quatro concordam plenamente. Na alínea C, “Sinto que aprendi nestas aulas”, a maioria considera que aprendeu no ateliê de fotografia, havendo dois que concordam plenamente e quatro concordam. A alínea G, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, colhe todas as respostas positivas, três concordam plenamente e outros três concordam. Na alínea H, “Considero que estive sempre atento/a nas aulas”, todos (seis) concordam, considerando que estiveram atentos. A alínea I, “Fui pontual”, um nem discorda nem concorda e cinco concordam; assim sendo, a maioria julga que foi pontual. A alínea K, “Fui a mais de metade das aulas de fotografia”, a maioria considera que sim, dois concordam e quatro concordam plenamente, o que é comprovado pelo mapa de presenças (p. 345).

As respostas das alíneas D, “Considero que houve evolução na forma como tiro as fotografias” e J, “Cumprir os objectivos do curso” também foram agrupadas no mesmo gráfico, pois ambas mostram resultados sobre a evolução dos jovens no ateliê.

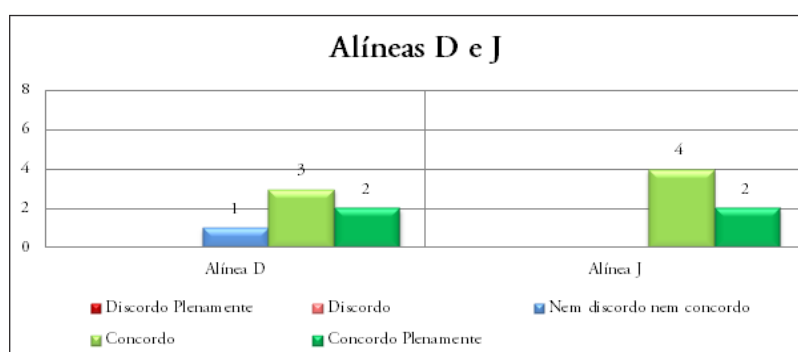


Figura 135, Alínea D e J, 2013

Em relação à alínea D, “Considero que houve evolução na forma como tiro as fotografias” (figura 135), um jovem nem discorda nem concorda, três concordam que houve uma evolução no modo como fotografavam e dois concordam plenamente. Na alínea J, “Cumprir os objectivos do curso” (figura 135), quatro



concordam e dois concordam plenamente, logo todos os jovens consideram que cumpriram os objectivos do ateliê.

À alínea E, “Gostei de tirar fotografias” (figura 136), os jovens responderam todos de forma positiva, seis concordam plenamente, assim havendo um contentamento notório em fotografarem.

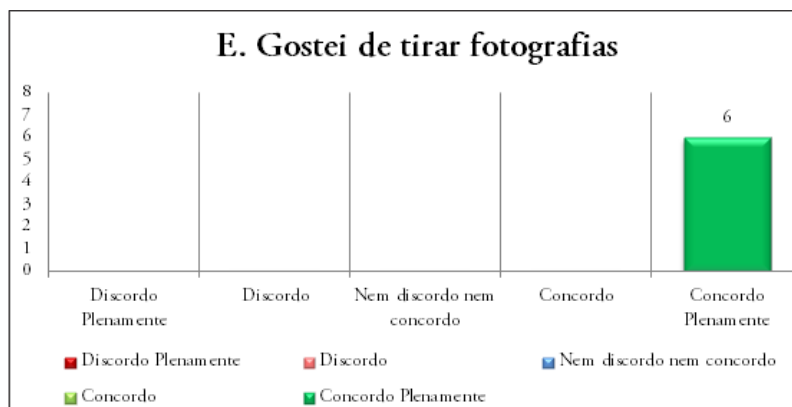


Figura 136, Alínea E. Gostei de tirar fotografias, 2013

Relativamente à alínea F, “Gostei de participar numa exposição de fotografia” (figura 137), da mesma pergunta, os jovens gostaram de organizar a exposição e de ver o seu trabalho exposto, pois quatro deram a resposta concordo plenamente e dois concordam, mostrando-se assim, nitidamente satisfeitos por terem participado na exposição.



Figura 137, Alínea F. Gostei de participar numa exposição de fotografia, 2013

No que se refere à alínea L, “Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano” (figura 138), a manifestação dos

jovens também foi clara, pois quatro concordam plenamente e dois concordam. Também, neste bairro, tal como no Bairro Padre Cruz, notou-se a vontade dos jovens em quererem aprender mais sobre fotografia ao longo dos *workshops*.



Figura 138, *Alínea L. Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano, 2013*

As questões do nº 11 ao nº 15 seguiram um modelo de resposta diferente, explicativo para viabilizar uma análise de diferente conteúdo, mais baseada na subjectividade dos sujeitos respondentes.

No que respeita à pergunta nº 11, “o que mais gostaste de aprender nas aulas de fotografia”, os jovens referem que gostaram de aprender a tirar fotografias.

À pergunta nº 12, “o que mais gostaste de fazer”, responderam ter gostado de fotografar no seu bairro e de ir à exposição *World Press Photo 13*.

Acerca da pergunta nº 13, “qual a técnica de que gostaste mais de experimentar (revelação, iluminação, composição, *pinhole*...)”, a maioria gostou de se familiarizar com o processo de revelação da fotografia.

Sobre a pergunta nº 14, “qual o tipo/categoria que gostaste mais de fotografar (retrato, paisagem natural, paisagem urbana, macro, animais...)”, a maioria escolheu o retrato, por terem gostado de ser fotografados e, simultaneamente, de fotografar os outros; e também gostaram de fotografar paisagens por poderem andar pelas ruas e pelo jardim do bairro, ou seja, exercitarem uma actividade ao ar livre.

À pergunta nº 15, “que local fora do teu bairro gostavas de

fotografar”, a maior parte dos jovens respondeu Belém.

À pergunta nº 16, “foste ver a exposição *World Press Photo* ao Museu da Electricidade”, a maioria respondeu que sim (quatro) e dois responderam que não porque tinham tido outras actividades. Contudo, no total, estiveram presentes na referida exposição sete jovens, pois alguns não responderam a este questionário, mas a investigadora comprovou testemunhalmente a sua visita ao *World Press Photo*. No que se refere ao motivo da sua ida, ele consistiu no desejo de ver fotografias e, tratava-se de uma exposição sobre elas. Relativamente à pergunta nº 18, “se respondeste que sim, diz qual a fotografia que te marcou mais e porquê?”, as respostas foram diversas e de acordo com o que apreciaram mais, desde imagens de desporto a outras de pessoas doentes, representações que, aliás, muito os impressionaram.

No que se refere à pergunta nº 19, “foste ver a exposição “Moro Aqui ao Lado”, inserida no curso de fotografia, no jardim em frente ao Museu da Electricidade”, dos jovens inquiridos, três foram vê-la, ao passo que os outros alegaram não o ter podido fazer aquando da exposição. Porém, houve outros jovens que não preencheram este questionário mas que se deslocaram à exposição em virtude do apoio prestado pela coordenadora do “Projecto All Artes”, Ana Carapinha que organizou uma equipa de colaboradores para, em conjunto, levarem os jovens à inauguração da referida exposição. Infelizmente, houve alguns que não puderam comparecer por estarem inseridos num evento de dança que decorreu à mesma hora que a inauguração. Qualquer visita posterior tornava-se-lhes difícil devido à logística dos transportes e também devido a problemas sócio-económicos aliados a falta de apoio familiar.

Na pergunta nº 22, seguiu-se a metodologia aplicada no questionário ao Bairro Padre Cruz. A sequência de alíneas agrupadas (B e C, D e F, G e H, I, J e K) e também as alíneas A) e E) analisadas singularmente são sobre o bairro em que os jovens vivem e como o vêem e nele se sentem.

Quanto à alínea A, “Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem” (figura 139), três jovens concordaram que o seu bairro é um sítio seguro e outros três nem discordam nem concordam. Nesta alínea os jovens encontram-se, portanto, divididos.

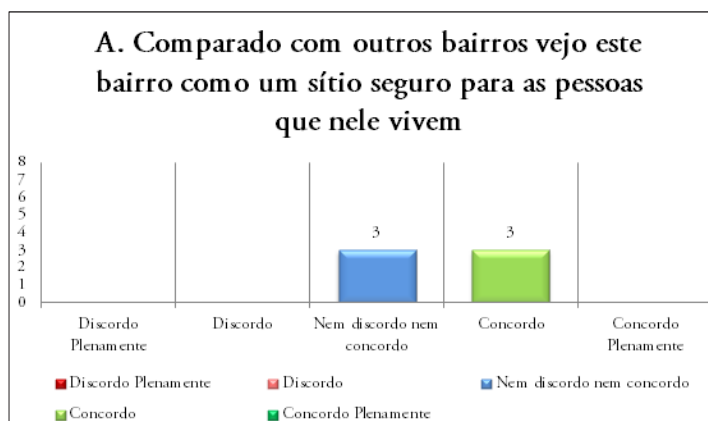


Figura 139, *Alínea A. Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem, 2013*

As alíneas B, “Eu gosto de pensar em mim como semelhante às pessoas que vivem neste bairro” e C, “Penso que concordo com a maioria das pessoas que vivem neste bairro acerca daquilo que é importante na vida”, foram agrupadas visto abordarem o mesmo tópico, embora de perspectivas diferentes, ou seja, procuram averiguar se os participantes se identificam com as pessoas do bairro e se partilham as mesmas ideologias. Assim, no gráfico (figura 140) relativamente à alínea B), pode ver-se que a maioria considera que é semelhante às pessoas do bairro, pois cinco responderam que concordam e apenas um que discorda. À alínea C), cinco responderam que concordam e também um discorda; ou seja, a maioria considera que partilha com os seus vizinhos as noções acerca do que é importante na vida, havendo apenas um que mantém opinião negativa tal como na outra alínea.

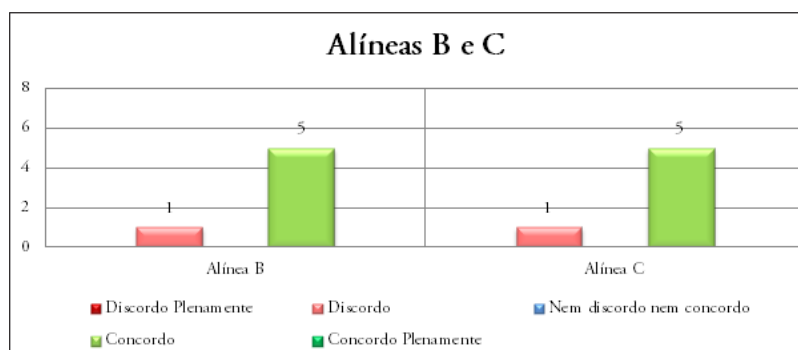


Figura 140, *Alínea B e C, 2013*

Como já foi referido, as alíneas D, “Se tivesse uma emergência, mesmo as pessoas que eu não conheço deste bairro estariam dispostas a ajudar-me” e F, “Se precisar de um conselho acerca de algo, posso pedi-lo a alguém do meu bairro”, foram analisadas em conjunto, pois as duas abordam a relação de entreatajuda dos vizinhos do bairro (figura 141). Relativamente à alínea D), a maioria concorda que mesmo pessoas que não conhecem estariam dispostas a ajudar o jovem caso se encontrasse numa situação de emergência, pois três responderam concordo plenamente, um concordo e dois nem discordam nem concordam. Em relação à alínea F), um concorda e cinco nem discordam nem concordam, assim não havendo uma opinião formada sobre a eventual solidariedade do bairro.

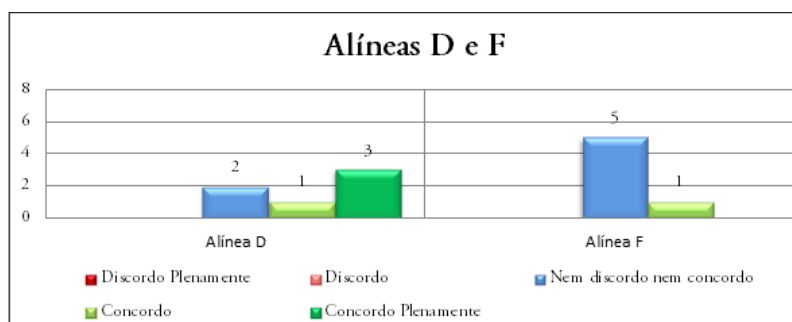


Figura 141, *Alínea D e F*, 2013

Quanto à alínea E, “Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida” (figura 142), os jovens na sua maioria consideram que não, ou seja, um discorda plenamente, quatro discordam e um nem discorda nem concorda. Assim, havendo uma certeza que almejam viver o futuro das suas vidas fora do bairro onde habitavam à data do questionário.

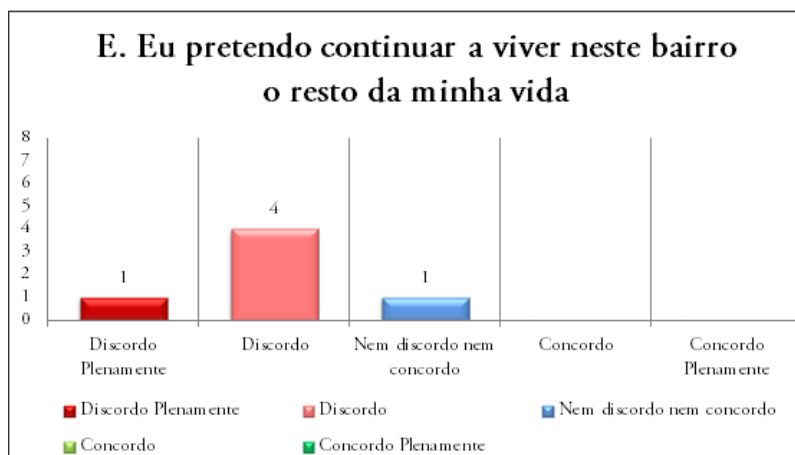


Figura 142, *Alínea E. Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida*, 2013

A alínea G, “Há pessoas neste bairro que realmente se preocupam comigo”(figura 143), as respostas não são unânimes; contudo, há uma prevalência para o concordo (três), uma resposta de concordo plenamente, outra de nem discorda nem concorda; porém, também houve outra resposta de um que discorda.

Em relação à alínea H, “Eu penso que cada um por si é uma boa descrição de como as pessoas agem neste bairro” (figura 143), um jovem concorda plenamente, três concordam e dois discordam, havendo assim, uma maior parte que considera que no seu bairro não existe espírito de grupo, mas sim um pendor individualista.

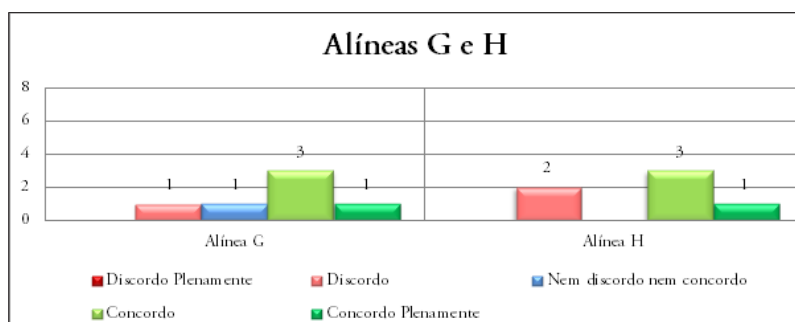


Figura 143, *Alínea G e H*, 2013

As alíneas I, “Se as pessoas do meu bairro estivessem a planear alguma coisa, eu pensaria nela como algo que “nós” estamos a fazer em vez de algo que “eles” estão a fazer”, J, “Eu estaria a trabalhar com outros em algo para melhorar o meu bairro” e K, “Se

houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo”, como referido, também foram analisadas em conjunto, pois abordam um assunto semelhante, neste caso, se os jovens julgam que existe um “nós”, um sentido unitário, em prol da melhoria do seu bairro (figura 144). À alínea I), cinco jovens responderam que concordam e um nem discorda nem concorda. No que se refere à alínea J), cinco responderam que concordam plenamente e outros cinco concordam.

Em relação à alínea K, “Se houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo”, um concorda plenamente, dois jovens concordam e três nem discordam nem concordam.

Assim, a maioria considera que integraria a comunidade do seu bairro para qualquer acção de melhoria, embora quando se pondera o enfrentar de um problema sério as posições se dividam.

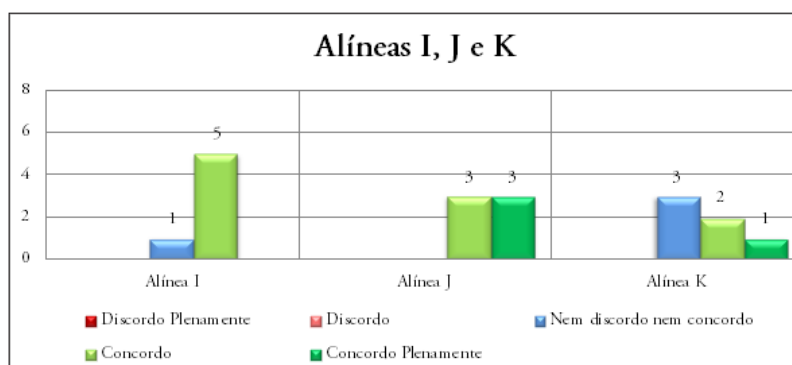


Figura 144, *Alínea I, J e K*, 2013

Com a pergunta nº 23 pretende-se determinar com que frequência, os jovens participantes têm contacto com os seus vizinhos próximos, pois um aspecto importante da vida de um bairro é o convívio que ocorre entre os seus residentes (figura 145). A resposta a esta pergunta também foi assinalada com uma cruz, em que as opções de escolha foram efectuadas através de uma escala de frequência: nunca, raramente, ocasionalmente, frequentemente e muito frequentemente.



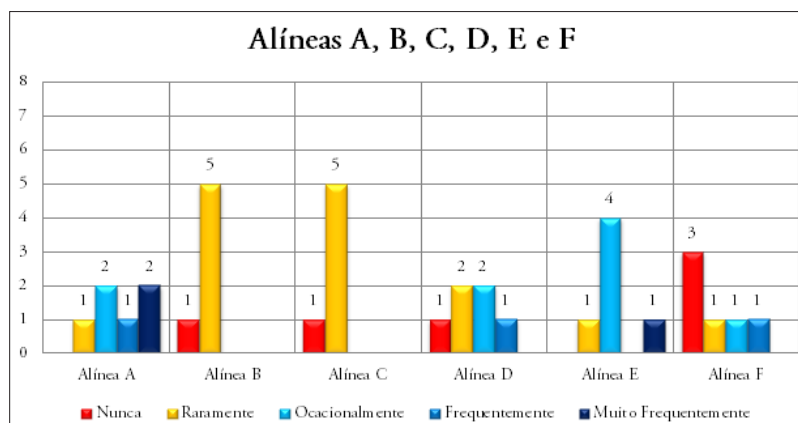


Figura 145, *Alínea A, B, C, D, E e F*, 2013

À alínea A, “Quantas vezes dizes “Olá” ou acenas a um vizinho ao vê-lo na rua?”, o resultado apresenta-se repartido, pois um respondeu raramente, dois ocasionalmente, um frequentemente e dois muito frequentemente, ou seja, todos fazem um cumprimento a um vizinho na rua, no entanto, metade fá-lo com pouca frequência.

Em relação à alínea B, “Quantas vezes saís com um vizinho, para ires às compras, ao cinema, a um concerto, ou a outra actividade semelhante?”, a maioria (cinco) respondeu raramente e um nunca.

No que se refere à alínea C, “Quantas vezes discutes assuntos e problemas do bairro com um vizinho?”, um respondeu nunca e cinco raramente, sendo as respostas iguais às da pergunta anterior.

À alínea D, “Quantas vezes é que um vizinho te convidou para lanchar ou outro tipo de convívio?”, verifica-se a mesma orientação das respostas anteriores no que concerne à pouca convivência com os vizinhos, ou seja, um respondeu nunca, dois raramente, dois ocasionalmente e apenas um frequentemente.

Quanto à alínea E, “Quantas vezes já tiveste uma conversa com um vizinho ao vê-lo na rua?”, um jovem respondeu raramente, quatro ocasionalmente e um muito frequentemente.

No que se refere à última alínea desta pergunta, F, “Quantas vezes pediste coisas emprestadas a um vizinho, como livros, revistas, loiça, receitas, comida ou outra coisa qualquer?”, três responderam nunca e as outras três respostas repartiram-se por

raramente, ocasionalmente e frequentemente.

A pergunta nº 24, que se refere à frequência com que os jovens fizeram actividades e foram a certos locais no mês anterior, foi analisada em duas partes. As alíneas A, B, C, D e H foram agrupadas por serem consideradas actividades que, normalmente, têm de ser realizadas fora do bairro (figura 146), ao passo que as restantes alíneas são, na sua maior parte, passíveis de se fazerem na zona da comunidade (figura 147).

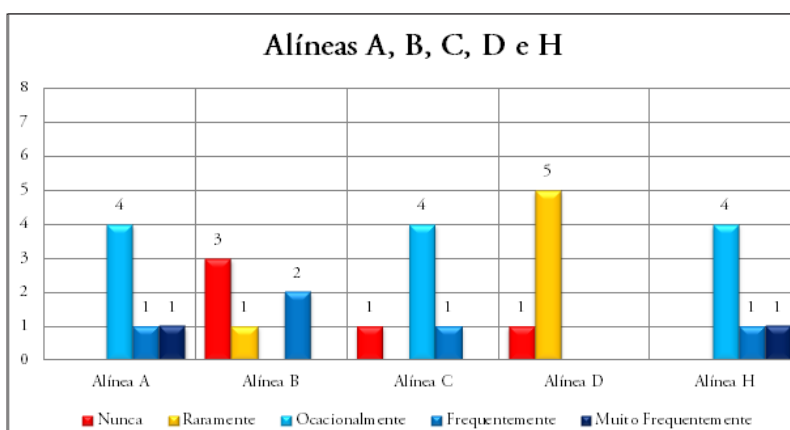


Figura 146, Alínea A, B, C, D e H, 2013

Relativamente à alínea A, “Foste a um centro comercial”, um respondeu muito frequentemente, outro frequentemente e a maioria (quatro) ocasionalmente.

À alínea B, “Foste ao cinema ou a um concerto”, a maioria aproxima-se da negativa, ou seja, dois foram frequentemente, um raramente e três nunca.

À alínea C, “Foste a um evento desportivo”, só um jovem respondeu frequentemente, quatro responderam ocasionalmente e um nunca, confirmando-se a tendência patente na alínea B).

Na alínea D, “Visitaste um parque ou um museu”, cinco responderam raramente e um nunca.

À alínea H, “Foste dar um passeio fora do teu bairro”, um respondeu muito frequentemente, outro frequentemente e quatro ocasionalmente, mostrando que a maioria não sai muito do seu bairro.

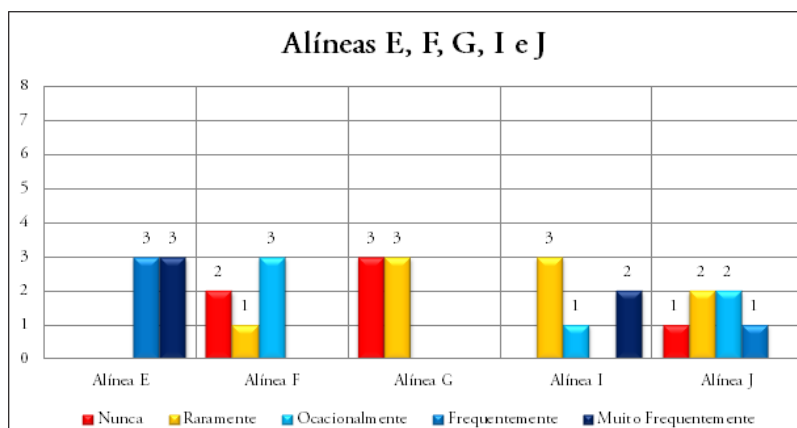


Figura 147, *Alínea E, F, G, I e J*, 2013

As alíneas E, F, G, I e J também foram agrupadas por forma a serem analisadas em conjunto devido à convergência das actividades que contemplam e que podem ser desenvolvidas na zona do seu bairro.

À alínea E, “Foste a um café”, três responderam muito frequentemente e os outros três frequentemente, havendo assim, uma predominância positiva.

À alínea F, “Foste almoçar/jantar a um restaurante”, três responderam ocasionalmente, um raramente e dois nunca.

À alínea G, “Foste a uma igreja ou outro lugar de culto religioso”, os jovens responderam ou raramente (três) e outros três nunca, havendo assim, uma predominância de não frequência de locais religiosos por parte dos jovens do Bairro Alta de Lisboa.

À alínea I, “Foste a uma biblioteca”, dois responderam muito frequentemente, um ocasionalmente e três raramente, indiciando também o seu predominante afastamento de uma instituição que lhes oferece conhecimento.

À alínea J, “Foste ao barbeiro/cabeleireiro ou salão de beleza”, um respondeu frequentemente, dois ocasionalmente, outros dois raramente e um nunca.

Assim, de modo geral, notou-se que os jovens do Bairro Alta de Lisboa gostaram de frequentar as sessões de fotografia e sentiram que evoluíram, que estiveram sempre atentos e cumpriram os objectivos visados, para além de terem demonstrado pretender continuar com aulas de fotografia. Todos demonstraram também o seu apreço em organizar e participar na exposição.

Já relativamente ao seu bairro, existem algumas dúvidas quanto à sua integração e qualidade de vida enquanto membros da sua comunidade. Por exemplo, três jovens consideram que é seguro viver no seu bairro, enquanto outros não têm opinião, ficando assim as respostas divididas. Quando questionados sobre se desejam ali permanecer, as respostas diferem bastante entre o Bairro Padre Cruz e os outros dois bairros considerados no estudo. Enquanto no primeiro caso há um nítido desejo de continuar a residir no mesmo local, no Bairro Alta de Lisboa os jovens pretendem sair do seu bairro, não havendo um único parecer positivo e apenas um jovem não teve opinião formada. Relativamente às questões respeitantes à integração e identificação com a comunidade do bairro a maioria tem opinião positiva. Não obstante, quando a pergunta incide de forma mais concreta sobre a hipótese de resolução de problemas entre as pessoas do bairro, os jovens voltam a dividir-se e a mostrarem dúvidas quanto à capacidade de solucionarem as dificuldades em conjunto. Portanto, verifica-se que este bairro tem um maior estigma, na medida em que, os próprios jovens habitantes não o consideram bom e não confiam no espírito de coesão que é a matéria amalgamante de qualquer comunidade. Urge extrair essa marca, pela negatividade que comporta, tanto do ponto de vista exterior como do ponto de vista interno. Neste caso, o trabalho dos intervenientes tem de começar por incentivar a auto-estima dos habitantes do bairro para, posteriormente, ser possível progredir em outras características pessoais e sociais inerentes à comunidade.

Na penúltima pergunta, relativa ao convívio inter-vizinhança, nota-se o pouco contacto efectivamente estabelecido. Regista-se uma ligação superficial baseada no cumprimento diário, ou nem isso, mas a ausência de saídas para entretenimento comum, actos de interajuda ou debate de assuntos de interesse comunitário. Tal como acontece no Bairro Padre Cruz, as famílias apresentam-se fechadas em si mesmas e, apesar de às vezes os jovens se conhecerem do meio escolar, essa relação só acontece na escola, não lhes sendo permitido contactar com os seus colegas após as actividades lectivas e lúdicas que praticam. Tal comportamento deve-se ao facto de não quererem expor os seus problemas,

nem as actividades/negócios (por ventura no limiar da legalidade) em que eles ou as suas famílias estão envolvidos.

A última pergunta, relativa à frequência de certas actividades realizadas durante o período de um mês, encontra-se dividida em duas partes, incidindo a primeira em acções feitas fora do bairro e a segunda a outras efectuadas no próprio bairro. As respostas também se distanciaram, pois nas referentes à primeira parte os resultados demonstraram a sua escassez, enquanto que na segunda se detecta a tendência oposta, embora com rotinas restritas. Na verdade, os jovens deste bairro realizam o seu quotidiano pelo bairro, pois aí têm as escolas e as actividades desportivas e culturais. Tal como os jovens do Bairro Padre Cruz, também estes, na sua maioria, frequentam com regularidade um café; porém, almoçar ou jantar num restaurante é algo que é feito ocasionalmente. Já a questão sobre a frequência de um local de culto religioso, constata-se um resultado exactamente contrário ao do Bairro Padre Cruz, pois no Bairro Alta de Lisboa a maioria não o frequenta, o mesmo se verificando no que respeita às idas à biblioteca ou ao cabeleireiro/barbeiro.

### **Bairro da Boavista**

No Bairro da Boavista, dos treze jovens que participaram no ateliê de fotografia, três não assistiram a todas as sessões (figura 148), nomeadamente, Alicia Semedo, Diana Ferreira e Érica Semedo, porque entretanto surgiram outras actividades em horário simultâneo. Alguns dos jovens faltaram às primeiras sessões, pois só tardiamente souberam da existência do ateliê, nomeadamente, Liane Araújo e Maria João Monteiro. À semelhança dos grupos acima analisados, neste também se verificou a predominância de inscrições de elementos do sexo feminino, havendo apenas um rapaz.

#### 4. Análise de Casos de Estudo

DIA NOME	04/04 Apresentação	11/04 Fotografia Analógica	18/04 Fotografia Analógica	02/05 Retrato	09/05 Fotografia Digital I	16/05 Fotografia Digital I	23/05 Fotografia Digital II	30/05 Pinhole	06/06 Pinhole	20/06 Exposição	27/06 Exposição	04/07 Exposição	Total
Alicia Semedo	X		X	X	X						Não houve sessão		4
Ana Catarina Dias	X	X	X		X	X	X	X	X		Não houve sessão		8
Barbara Abreu	X	X	X	X	X			X	X	X	Não houve sessão	X	9
Diana Ferreira	X	X	X	X							Não houve sessão		4
Elisandra Monteiro	X	X	X		X	X	X	X	X	X	Não houve sessão	X	10
Érica Semedo	X		X	X	X						Não houve sessão		4
Fabiana Tavares				X	X	X	X	X	X	X	Não houve sessão	X	8
Liane Araújo								X	X	X	Não houve sessão	X	4
Maria João Monteiro						X	X	X		X	Não houve sessão	X	5
Mariana Serafim	X	X	X		X	X	X			X	Não houve sessão		7
Miguel Coelho	X	X	X	X	X	X				X	Não houve sessão	X	8
Neuza Marques	X	X	X		X	X	X				Não houve sessão	X	7
Sara Pica	X	X	X		X	X				X	Não houve sessão	X	7

Figura 148, *Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro da Boavista – Primeira Fase, 2013*

Em relação às idades dos inscritos, a média aproximada rondou os 12,6 anos, tendo a maioria dos jovens que frequentou o ateliê de fotografia entre os 12 e 14 anos (figura 149).

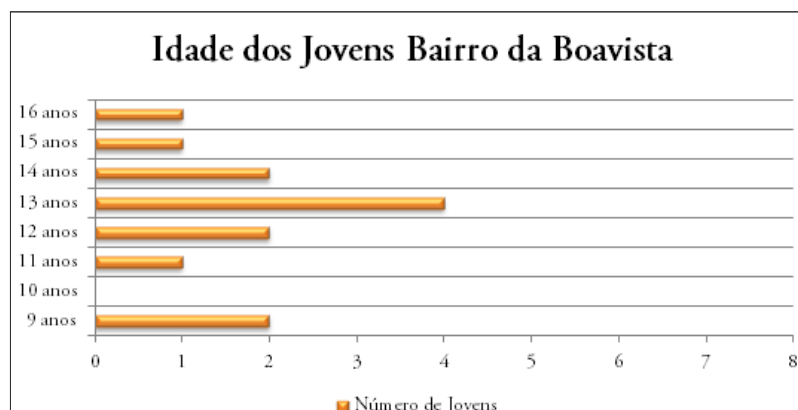


Figura 149, *Idade dos Jovens do Bairro da Boavista – Primeira Fase, 2013*

Dos treze jovens participantes do Bairro da Boavista, três desistiram do ateliê de fotografia por terem outras actividades à mesma hora. Cinco jovens preencheram o questionário para inquérito; quanto aos outros cinco não foi possível contactá-los. Assim, excluídos os desistentes, os questionários preenchidos correspondem a metade do grupo. A análise efectuada às respostas obtidas serão consideradas como a opinião global do grupo.

As perguntas nº 5 à nº 8 visam fazer uma breve caracterização das condições sociais dos jovens participantes na iniciativa. Quase todos os jovens têm pelo menos um irmão e as suas famílias são predominantemente monoparentais, sendo a mãe a presença mais recorrente e fazendo também parte do agregado familiar ascendentes (avós) e colaterais (tios). Neste bairro o número de irmãos de cada jovem é variável, havendo jovens com um e outros com sete, pelo que as famílias apresentam perfis mais variados. Os pais trabalham no sector secundário, estando os dois empregados, ou só um e o outro desempregado.

À pergunta nº 9 do questionário, sobre o motivo que os levou a inscreverem-se no ateliê de fotografia, a maioria dos jovens respondeu tratar-se de uma área que lhes interessava e que pretendiam aprender a fotografar correctamente.

Na pergunta nº 10, as alíneas A, “Senti algum interesse



nas aulas”, B, “Gostei das aulas”, C, “Sinto que aprendi nestas aulas”, G, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, H, “Considero que estive sempre atento/a nas aulas”, I, “Fui pontual” e K, “Fui a mais de metade das aulas de fotografia reportam todas à participação do jovem no ateliê de fotografia” encontram-se agrupadas de acordo com a metodologia adoptada nos questionários dos outros dois bairros. Daí que fosse elaborado um gráfico onde todas estas alíneas se encontram analisadas. As alíneas eram de preenchimento com cruz e as opções de escolha de resposta eram: concordo plenamente, concordo, nem discordo nem concordo, discordo e discordo plenamente.

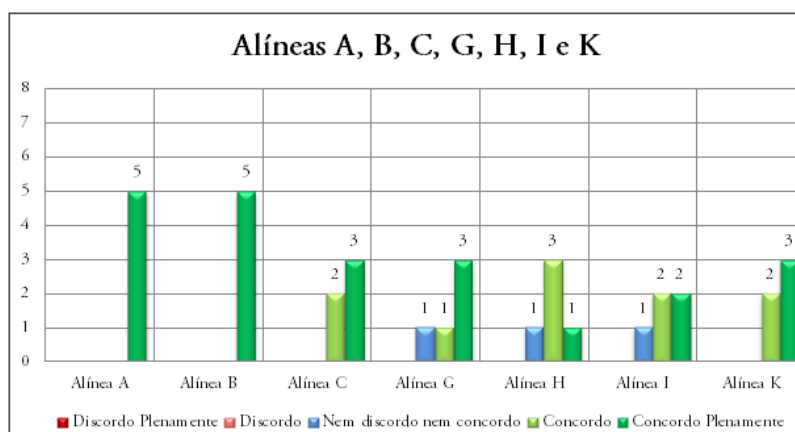


Figura 150, Alínea A, B, C, G, H, I e K, 2013

Neste gráfico (figura 150) é possível ver que relativamente à alínea A, “Senti algum interesse nas aulas”, todos os jovens responderam de forma positiva: os cinco concordam plenamente. A alínea B, “Gostei das aulas”, obteve idêntica resposta. Quanto à alínea C, “Sinto que aprendi nestas aulas”, a maioria considera que aprendeu no ateliê de fotografia, havendo três que concordam plenamente e dois que concordam. Na alínea G, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, as respostas foram maioritariamente positivas: três concordam plenamente, um concorda e outro nem discorda nem concorda. A alínea H, “Considero que estive sempre atento/a nas aulas”, um concorda plenamente, três concordam e um nem discorda nem concorda. A alínea I, “Fui pontual”, um nem discorda nem concorda, dois concordam e outros dois concordam plenamente; assim sendo, a maioria é da opinião que

foram pontuais, o que corresponde à avaliação da investigadora. A alínea K, “Fui a mais de metade das aulas de fotografia”, a maioria considera que sim, dois concordam e três concordam plenamente, o que é comprovado pelo mapa de presenças (p.360).

As respostas das alíneas D, “Considero que houve evolução na forma como tiro as fotografias” e J, “Cumprir os objectivos do curso”, também foram agrupadas no mesmo gráfico, pois ambas mostram resultados sobre a evolução dos jovens no ateliê.

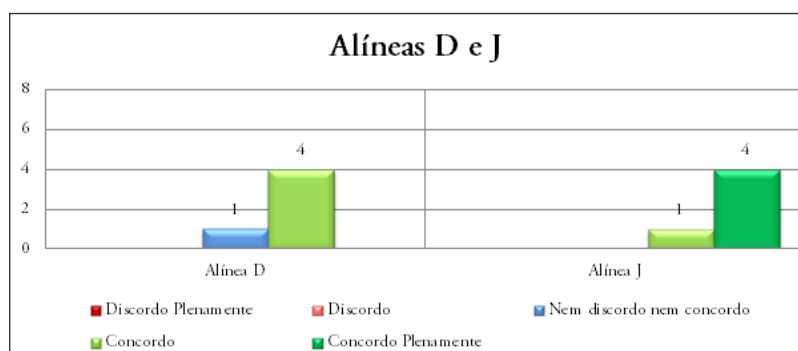
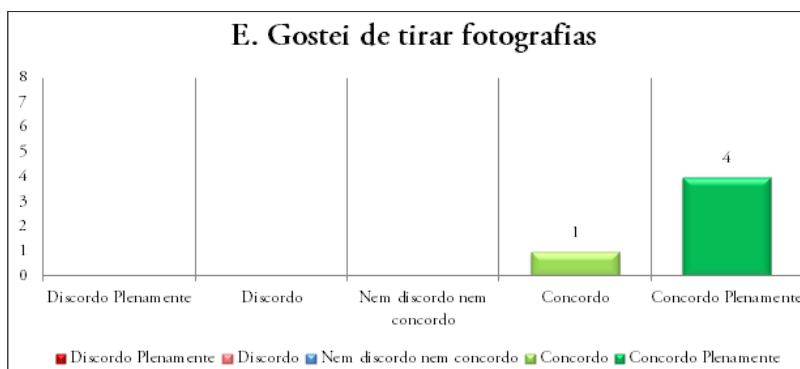


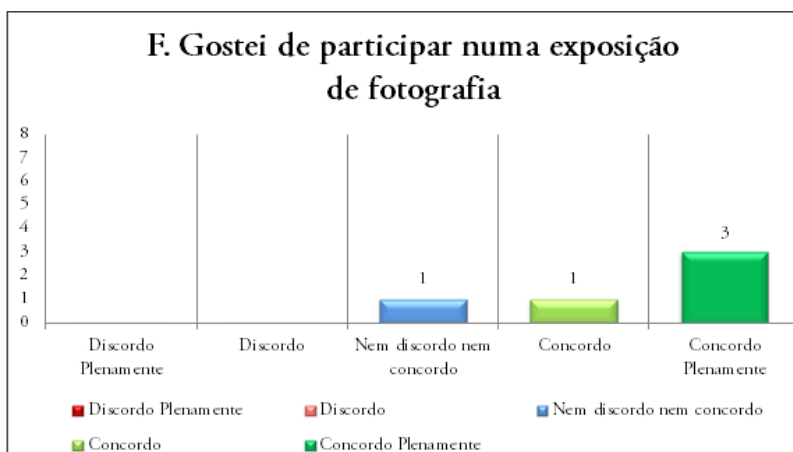
Figura 151, *Alínea D e J*, 2013

Em relação à alínea D, “Considero que houve evolução na forma como tiro as fotografias” (figura 151), um jovem não tem opinião, pois nem discorda nem concorda, e os restantes quatro concordam que houve evolução no modo como fotografavam. Na alínea J, “Cumprir os objectivos do curso” (figura 151), um concorda e quatro concordam plenamente; logo, todos os jovens consideram que cumpriram os objectivos do ateliê.

Na alínea E, “Gostei de tirar fotografias” (figura 152), os jovens responderam todos de forma positiva, quatro concordam plenamente e um concorda, assim, havendo um contentamento notório na aprendizagem efectuada.

Figura 152, Alínea E. *Gostei de tirar fotografias*, 2013

Em relação à alínea F, “Gostei de participar numa exposição de fotografia” (figura 153), os jovens declararam o seu apreço em organizar a exposição e ver o seu trabalho exposto, pois três responderam concordo plenamente e um concordo e um outro nem discordo nem concordo.

Figura 153, Alínea F. *Gostei de participar numa exposição de fotografia*, 2013

No que se refere à alínea L, “Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano” (figura 154), a manifestação dos jovens foi inequívoca, pois todos concordaram plenamente. Regista-se portanto, a vontade de quererem continuar a aprender esta actividade.

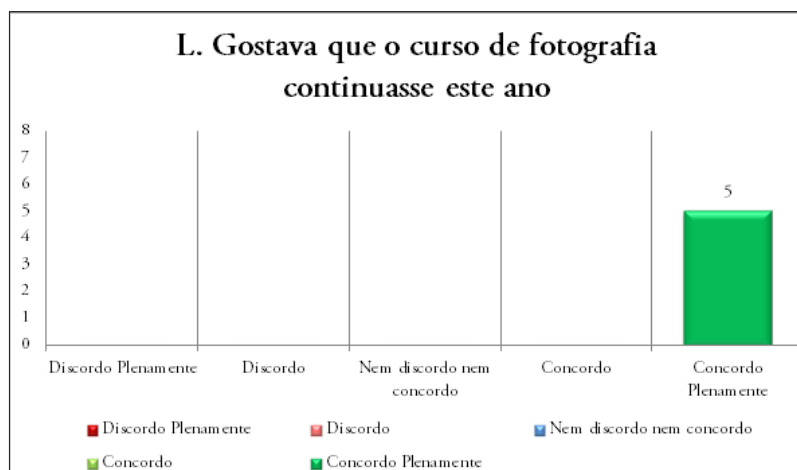


Figura 154, Alínea L. Gostava que o curso de fotografia continuasse este ano, 2013

As questões do nº 11 ao nº 15 requeriam uma resposta discursiva que permite uma análise de diferente conteúdo, mais modulada segundo a subjectividade dos sujeitos respondentes.

No que respeita à pergunta nº 11, “o que mais gostaste de aprender nas aulas de fotografia”, os jovens referem que gostaram de aprender a tirar fotografias e a utilizar diferentes tipos de máquinas.

À pergunta nº 12, “o que mais gostaste de fazer”, responderam que gostaram de tudo um pouco, nomeadamente, de fotografar no seu bairro.

Acerca da pergunta nº 13, “qual a técnica que gostaste mais de experimentar (revelação, iluminação, composição, *pinhole*...)”, a maioria declarou ter gostado da técnica de revelação, porque foi uma actividade diferente que permite perceber no momento como a fotografia efectivamente ficou.

Sobre a pergunta nº 14, “qual o tipo/categoria que gostaste mais de fotografar (retrato, paisagem natural, paisagem urbana, macro, animais...)”, os jovens gostaram de tudo, apenas havendo dois que especificaram, um ter apreciado a sessão de retrato e outro a fotografia de animais.

À pergunta nº 15, “que local fora do teu bairro gostavas de fotografar”, indicaram locais interessantes e bonitos, tais como, Belém, Terreiro do Paço e Alfama.

À pergunta nº 16, “foste ver a exposição *World Press Photo* ao Museu da Electricidade”, a maioria (quatro) respondeu que

não e um afirmativamente; contudo, foi possível apurar que mais três jovens que não responderam a este questionário foram ver a exposição. No que se refere ao motivo da sua ida, apontaram o desejo de verem como era uma exposição de fotografia, declarando os que não foram, a sua falta de disponibilidade. Relativamente à pergunta nº 18, “se respondeste que sim, diz qual a fotografia que te marcou mais e porquê?”, o único respondente pela afirmativa diz ter gostado de todas as fotografias e da experiência que viveu.

No que se refere à pergunta nº 19, “foste ver a exposição “Moro Aqui ao Lado”, inserida no curso de fotografia, no jardim em frente ao Museu da Electricidade”, dos jovens inquiridos, nenhum a foi ver, alegando que não puderam, porque não estavam em Lisboa na altura em que a exposição decorreu. Todavia, a investigadora tem conhecimento de que outros jovens que não preencheram o questionário foram visitar a exposição. Muitas vezes, é complicado mobilizar as famílias para levarem os jovens a ver um trabalho seu, em parte devido a problemas económicos e, também, em virtude do habitual pouco envolvimento dos familiares nas actividades desenvolvidas pelos filhos e/ou netos e/ou sobrinhos.

Na pergunta nº 22, tal como aconteceu na pergunta nº 10, algumas das alíneas foram agrupadas consoante o assunto abordado. Assim, foram agrupadas a B, “Eu gosto de pensar em mim como semelhante às pessoas que vivem neste bairro” e a C, “Penso que concordo com a maioria das pessoas que vivem neste bairro acerca daquilo que é importante na vida”. Outra análise feita em conjunto foi a das alíneas D, “Se tivesse uma emergência, mesmo as pessoas que eu não conheço deste bairro estariam dispostas a ajudar-me” e F, “Se precisar de um conselho acerca de algo, posso pedi-lo a alguém do meu bairro”. As alíneas I, “Se as pessoas do meu bairro estivessem a planear alguma coisa, eu pensaria nela como algo que “nós” estamos a fazer em vez de algo que “eles” estão a fazer”, J, “Eu estaria a trabalhar com outros em algo para melhorar o meu bairro, também foram analisadas em conjunto” e K, “Se houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo”, também foram analisadas em conjunto. As restantes alíneas A e E foram

analisadas singularmente. As respostas eram de preenchimento com cruz, com as mesmas opções de escolha da pergunta nº 10. Esta sequência de alíneas é relativa a perguntas sobre o bairro em que os jovens vivem e como o vêem e nele se sentem.

Na alínea A, “Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem” (figura 155), os cinco jovens nem discordam nem concordam, ou seja, não têm opinião formada sobre a segurança do seu bairro.

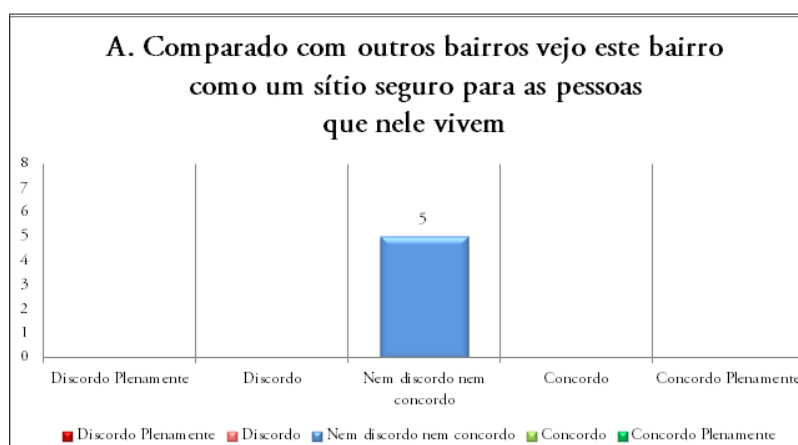


Figura 155, Alínea A. Comparado com outros bairros vejo este bairro como um sítio seguro para as pessoas que nele vivem, 2013

As alíneas B, “Eu gosto de pensar em mim como semelhante às pessoas que vivem neste bairro” e C, “Penso que concordo com a maioria das pessoas que vivem neste bairro acerca daquilo que é importante na vida”, foram agrupadas devido abordarem o mesmo assunto, ainda que de perspectivas distintas, ou seja, procuram averiguar o grau de identificação dos participantes com as restantes pessoas do bairro e a sua partilha de ideologias (figura 156). Assim, no gráfico relativamente à alínea B), pode ver-se que a maioria não tem uma opinião definida, pois três responderam que nem discordam nem concordam, havendo um jovem que respondeu que concorda e outro que discorda. À alínea C) quatro responderam que concordam e um nem discorda nem concorda, ou seja, a maioria considera que concorda com os seus vizinhos acerca do que é importante na vida.

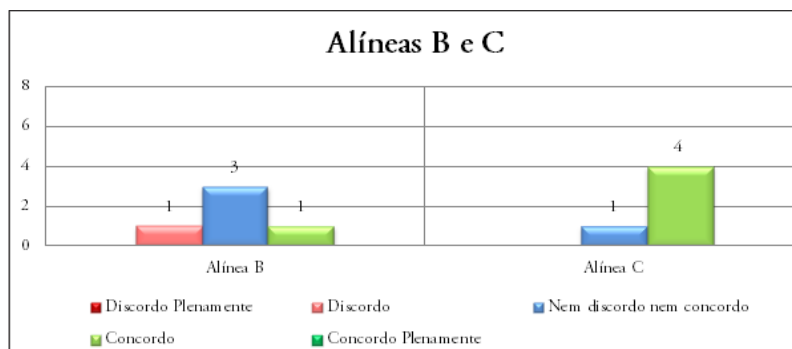


Figura 156, Alínea B e C, 2013

Como já foi referido, as alíneas D, “Se tivesse uma emergência, mesmo as pessoas que eu não conheço deste bairro estariam dispostas a ajudar-me” e F, “Se precisar de um conselho acerca de algo, posso pedi-lo a alguém do meu bairro”, foram analisadas em conjunto, pois as duas abordam a relação de auxílio entre os vizinhos do bairro (figura 157). Relativamente à alínea D), a maioria concorda revelando acreditar na solidariedade da vizinhança, pois um respondeu concordo plenamente, três concordo e só um é que discorda. Em relação à alínea F) quatro nem discordam nem concordam e um discorda, pelo que a maioria não evidencia uma opinião definida sobre a questão.

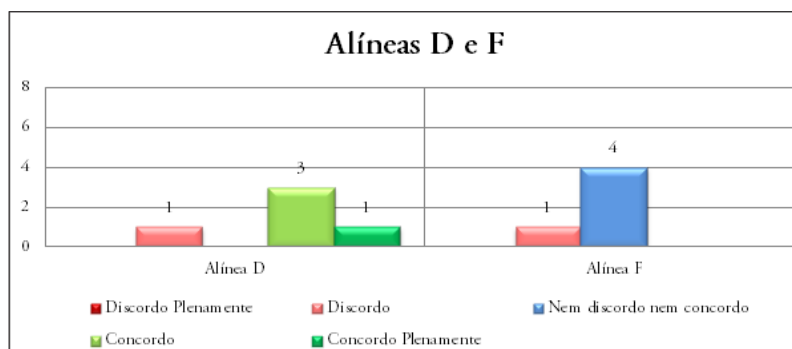


Figura 157, Alínea D e F, 2013

Quanto à alínea E, “Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida” (figura 158), os jovens, na sua maioria, consideram que não: dois discordam plenamente, um discorda, um nem discorda nem concorda e somente um concorda plenamente. Assim, a maior parte pretende sair do seu bairro, havendo simplesmente um que mostra interesse em lá permanecer.



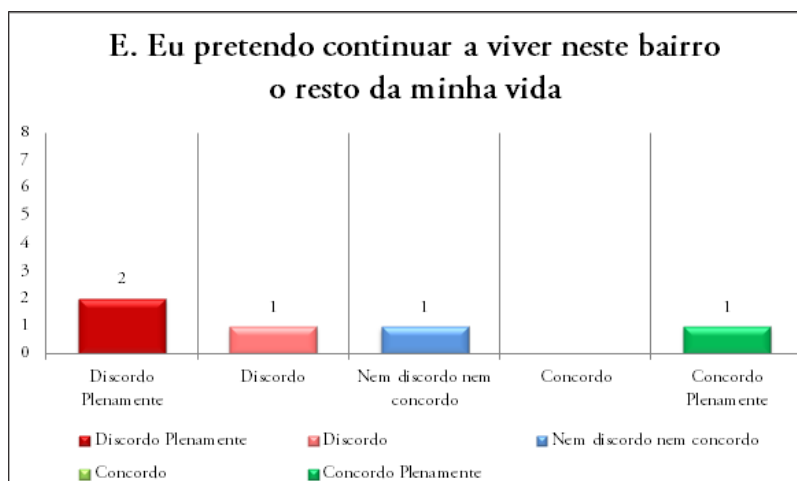


Figura 158, Alínea E. *Eu pretendo continuar a viver neste bairro o resto da minha vida*, 2013

À alínea G, “Há pessoas neste bairro que realmente se preocupam comigo” (figura 159), três responderam concordo plenamente, um concordo e outro nem discorda nem concorda.

A alínea H, “Eu penso que cada um por si é uma boa descrição de como as pessoas agem neste bairro” (figura 159), teve respostas dispersas: um jovem concorda plenamente, um nem discorda nem concorda, dois discordam e um discorda plenamente, não havendo, assim propriamente uma opinião unânime formada acerca desta pergunta. Contudo, juntando os resultados da alínea G) e H), pode afirmar-se que uma ténue maioria acredita na potencial solidariedade comunitária.

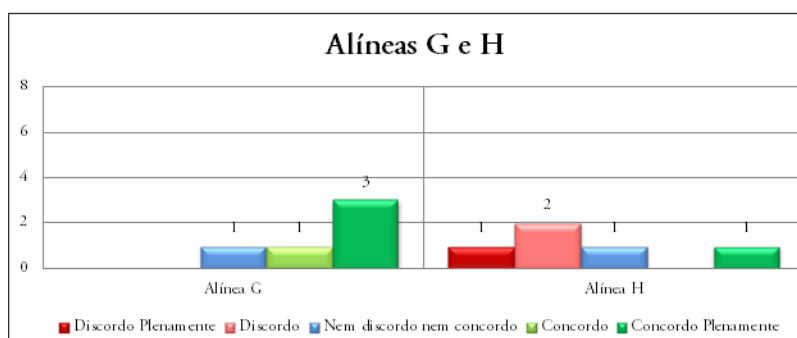


Figura 159, Alínea G e H, 2103

As alíneas I, “Se as pessoas do meu bairro estivessem a planear alguma coisa, eu pensaria nela como algo que “nós” es-

tamos a fazer em vez de algo que “eles” estão a fazer”, J, “Eu estaria a trabalhar com outros em algo para melhorar o meu bairro” e K, “Se houvesse um problema sério neste bairro, as pessoas de cá unir-se-iam e conseguiriam resolvê-lo” (figura 160), como referido, também foram analisadas em conjunto, pois abordam um assunto semelhante, neste caso, se os jovens julgam existir um sentido de unidade em prol da melhoria das condições do seu bairro. À alínea I) um jovem respondeu que concorda plenamente, três nem discordam nem concordam e um discorda. No que se refere à alínea J), três responderam que concordam plenamente, um concorda e um discorda plenamente. Em relação à alínea K, um concorda plenamente, um jovem concorda, dois nem discordam nem concordam e um discorda. Assim, verifica-se que os jovens se encontram divididos, não se detectando uma opinião formada.

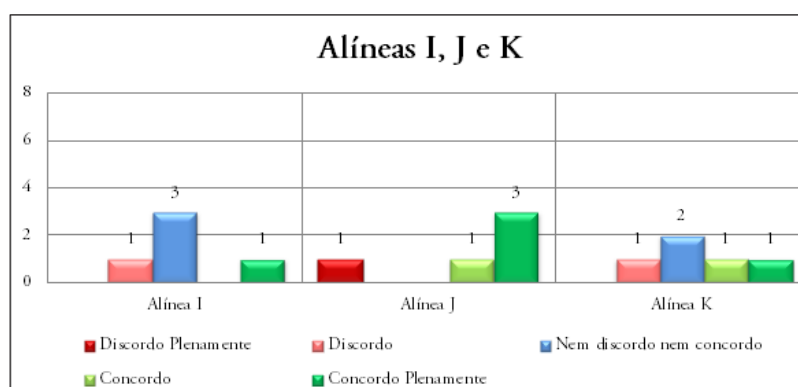


Figura 160, Alínea I, J e K, 2013

A pergunta nº 23 pretende compreender com que frequência os jovens participantes têm contacto com os seus vizinhos, pois um aspecto importante da vida de um bairro é o convívio entre os seus residentes (figura 161). A resposta a esta pergunta também foi assinalada através de uma cruz, em que as opções de escolha foram feitas através de uma escala de frequência: nunca, raramente, ocasionalmente, frequentemente e muito frequentemente.

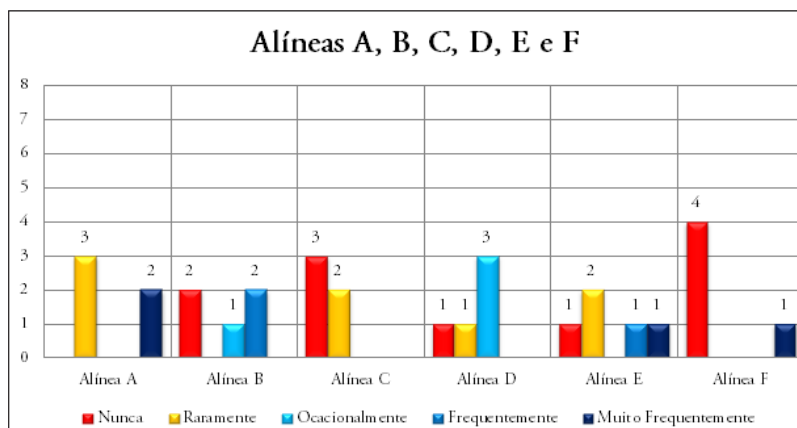


Figura 161, *Alíneas A, B, C, D, E e F*, 2013

À alínea A, “Quantas vezes dizes “Olá” ou acenas a um vizinho ao vê-lo na rua?”, o resultado obtido foi ambíguo, ou seja, nem todos têm a mesma atitude de cumprimentar o vizinho, pois dois fazem-no com muita frequência e três raramente.

Em relação à alínea B, “Quantas vezes saís com um vizinho, para ires às compras, ao cinema, a um concerto, ou a outra actividade semelhante?”, as respostas foram mais divididas, dois responderam frequentemente, um ocasionalmente e outros dois nunca.

No que se refere à alínea C, “Quantas vezes discutes assuntos e problemas do bairro com um vizinho?”, três responderam nunca e dois raramente, não havendo assim, uma propensão para discutir os problemas do bairro em comum.

A alínea D, “Quantas vezes é que um vizinho te convidou para lancha ou outro tipo de convívio?”, mantém a mesma orientação das respostas anteriores no que concerne à pouca convivência com os vizinhos, ou seja, um respondeu nunca, outro raramente e três ocasionalmente.

Quanto à alínea E, “Quantas vezes já tiveste uma conversa com um vizinho ao vê-lo na rua?”, um jovem respondeu muito frequentemente, outro frequentemente, dois raramente e um nunca. Aqui as respostas estão divididas, havendo quem fale frequentemente com o vizinho e também quem não o faça.

No que se refere à última alínea desta pergunta, F, “Quantas vezes pediste coisas emprestadas a um vizinho, como livros, revistas, loiça, receitas, comida ou outra coisa qualquer?”, é evi-

dente a resposta: nunca (quatro) e apenas um respondeu muito frequentemente.

A pergunta nº 24, que se refere à frequência com que os jovens fizeram actividades e foram a certos locais no mês anterior, foi analisada em duas partes. As alíneas A, B, C, D e H foram agrupadas por serem consideradas actividades que, normalmente, são realizadas fora do bairro (figura 162); as restantes alíneas, na sua maior parte, podem ter lugar na zona da sua comunidade (figura 163).

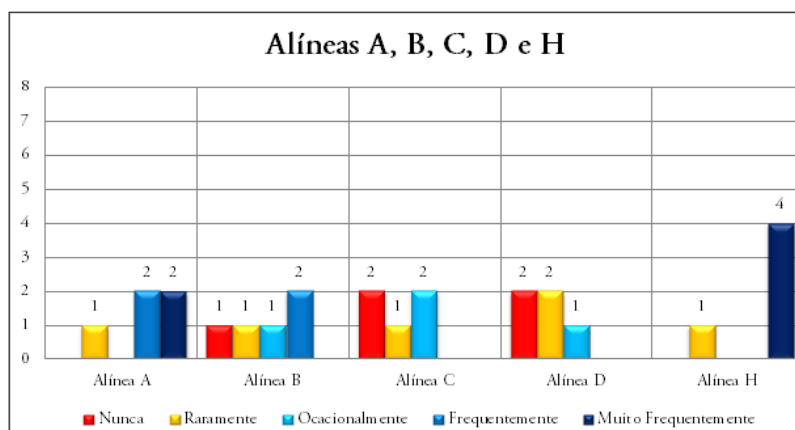


Figura 162, Alínea A, B, C, D e H, 2013

Relativamente à alínea A, “Foste a um centro comercial”, dois responderam muito frequentemente, outros dois frequentemente e um raramente, havendo assim, uma predominância para o frequentemente.

À alínea B, “Foste ao cinema ou a um concerto”, dois responderam frequentemente, um ocasionalmente, outro raramente e outro nunca.

À alínea C, “Foste a um evento desportivo”, dois jovens responderam ocasionalmente, um raramente e dois nunca.

Na alínea D, “Visitaste um parque ou um museu”, um jovem respondeu ocasionalmente, dois raramente e dois nunca.

À alínea H, “Foste dar um passeio fora do teu bairro”, quatro responderam muito frequentemente e um raramente, assim registando-se uma maioria de jovens que afirma ter saído do seu bairro com frequência.

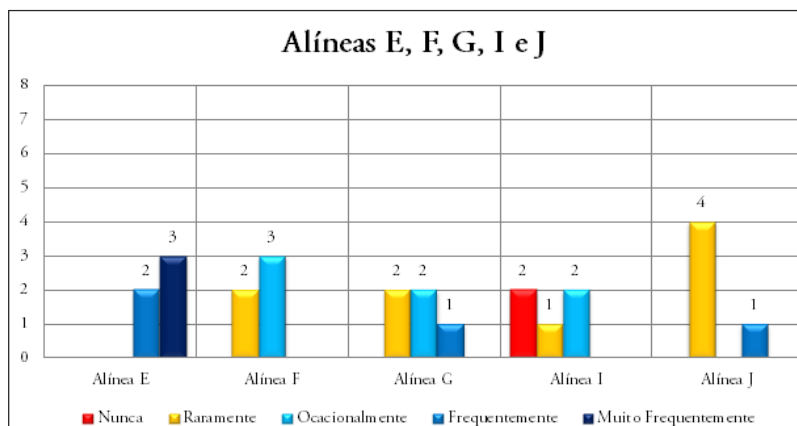


Figura 163, *Alínea E, F, G, I e J*, 2013

As alíneas E, F, G, I e J também foram agrupadas por forma a serem analisadas em conjunto devido à convergência de actividades que podem ser desenvolvidas na zona do seu bairro.

À alínea E, “Foste a um café”, a maioria (três) respondeu muito frequentemente e dois frequentemente, havendo assim, uma predominância de elevada frequência.

À alínea F, “Foste almoçar/jantar a um restaurante”, três responderam ocasionalmente e dois raramente.

À alínea G, “Foste a uma igreja ou outro lugar de culto religioso”, um respondeu frequentemente, dois ocasionalmente e outros dois raramente.

À alínea I, “Foste a uma biblioteca”, dois responderam ocasionalmente, um raramente e dois nunca.

À alínea J, “Foste ao barbeiro/cabeleireiro ou salão de beleza”, um respondeu frequentemente e quatro (a maioria) raramente.

Assim, de modo geral, notou-se que os jovens do Bairro da Boavista gostaram de frequentar as sessões de fotografia, sentiram que evoluíram, que estiveram sempre atentos e cumpriram os objectivos propostos, para além de terem demonstrado inequivocamente que apreciariam a continuação das aulas de fotografia. Todos também demonstraram o seu gosto em organizar e participar na exposição.

Já relativamente ao seu bairro existe alguma matéria para dúvida, pois nem todos os jovens têm opinião definida relativamente à segurança do mesmo. Quando questionados sobre o seu

futuro ali, a maioria afirma pretender sair, havendo apenas um sem opinião e outro que deseja lá permanecer. Logo, tal como acontece no Bairro Alta de Lisboa, os jovens pretendem abandonar o seu bairro e só no Bairro Padre Cruz se detectou uma pretensão contrária.

Relativamente à questão identitária dos jovens face aos demais residentes do bairro e ao seu grau de integração, a maioria não tem uma opinião definida. Todavia, sobre a partilha do que consideram mais importante na vida e aos laços de solidariedade, a maioria declara-se positivamente. Porém, a solidariedade suscita-lhes, ainda, algumas reticências, como se verifica na relutância em pedir conselho aos que estão mais próximos, o mesmo acontecendo com a crença na capacidade de resolução de problemas comunitários. Portanto, verificam-se algumas semelhanças com os jovens da Alta de Lisboa nas respostas sobre o bairro, embora o grupo da Boavista pareça ter apreciações mais diversificadas, ou mesmo ter mais dificuldades em dar uma opinião sobre o seu bairro. Esta indeterminação é um factor que actuará a favor ou contra os agentes que querem trabalhar no bairro. Talvez seja relevante começar-se por fomentar a participação dos habitantes para que eles aprendam a dialogar e a reflectir entre si sobre matérias do seu bairro. Esta metodologia viabilizará a consolidação de ideias e conceitos, primeiro no plano individual e, posteriormente, em grupo para se conseguir trabalhar mais competências, tais como, pessoais, sociais, comunicacionais e organizacionais.

Na penúltima pergunta, relativa à frequência com que os jovens convivem com os seus vizinhos, nota-se o pouco contacto que estabelecem com eles. Ao contrário dos bairros analisados anteriormente, neste os vizinhos raramente se cumprimentam, apresentando as restantes alíneas respostas semelhantes às dos outros bairros, ou seja, sobressaem a vivência intra-bairro e o pouco contacto entre os residentes mesmo em gestos rotineiros, podendo mesmo afirmar-se que este grupo ainda tem menos inter-relacionamento que os dos outros bairros. Tal como acontece no Bairro Padre Cruz e Alta de Lisboa, mas neste de forma mais evidente, as famílias mostram-se fechadas e isoladas e as relações que os jovens têm oportunidade de estabelecer no meio escolar esgotam-se aí,

não lhes sendo permitido conviver com os seus colegas fora desse âmbito. Estes procedimentos resultam do propósito de esconderem eventuais problemas e as actividades e os negócios em que eles e os seus familiares se encontram envolvidos.

A última pergunta, referente à frequência das suas actividades durante o período de um mês, consistindo a primeira parte da pergunta em alíneas sobre acções normalmente praticadas fora do bairro, as respostas foram diversas, dependendo da actividade, ou seja, vão com frequência a um centro comercial, ao cinema ou a um concerto, mas a um evento desportivo, parque ou museu fizeram-no nunca ou raramente. Há hipótese de irem dar um passeio fora do bairro responderam que o fizeram com muita frequência, algo que pode ser considerado normal, visto que no seu bairro só têm escola até ao 1ºCiclo e apenas têm comércio local, sendo necessário muitas vezes deslocarem-se de transportes a outros pontos da cidade para obterem outros bens de consumo ou acederem a outras instituições. No que concerne à segunda parte desta pergunta, com alíneas que se referem a actividades a serem desenvolvidas dentro do bairro, tal como nos outros bairros, os jovens responderam frequentarem com regularidade um café; porém, todas as outras actividades, almoçar ou jantar num restaurante, visitar um local de culto religioso, ir a uma biblioteca ou ir ao cabeleireiro/barbeiro são efectuadas raramente ou ocasionalmente.

Em suma, regista-se um nítido fechamento do bairro face à cidade no plano geral, pese embora a necessidade de, por vezes, transporem esses limites para actividades essenciais como a frequência de níveis de escolaridade só existentes no exterior ou satisfazerem necessidades ou desejos de consumo.

De acordo com a perspectiva participativa e de interacção com as comunidades que Regatão (2007) atribui a projectos de expressão artística com envolvimento de residentes, por exemplo, de um bairro, o impacto de qualquer projecto só poderá ser medido a médio prazo. Efectivamente, as repercussões sociais, económicas e políticas que o projecto, eventualmente, venha a suscitar só mais tarde poderá ser devidamente aquilatado. Todavia, um dos parâmetros de relevo que poderá ser avaliado consiste



27] O questionário pode ser visto no Apêndice II: Questionário - Formadores que se encontra no CD.

na relação entre a autora, os formadores e os jovens praticantes de fotografia, sem esquecer, em segunda linha, os seus familiares.

Neste sentido, para garantir uma análise mais equilibrada do interesse e da eficácia dos resultados obtidos através das iniciativas desenvolvidas junto dos grupos de jovens pertencentes aos três bairros sociais em apreço, também foi elaborado um questionário<sup>27</sup> aos seis formadores que nelas colaboraram e dos quais cinco preencheram o questionário. O questionário para inquérito, constituído por doze questões, dividiu-se por determinação do perfil do inquirido, a sua relação com a actividade e com os bairros em que trabalhou e, por último, a sua apreciação dos jovens.

A formação académica dos formadores é na área da fotografia e do design, tendo alguns frequência universitária e curso profissional de fotografia e outros licenciatura e mestrado em design de comunicação. À data do questionário todos exerciam a profissão de fotógrafo e/ou formadores.

A resposta à questão nº 4, “porque aceitou colaborar com o Projecto ‘Moro Aqui ao Lado’”, implicou uma resposta discursiva que mereceu de forma geral, respostas positivas, expressando que gostaram do projecto por englobar duas áreas por todos apreciavam, fotografar e ensinar. Para além disso, Magda Fernandes enuncia que lhe “pareceu uma oportunidade interessante para conhecer os bairros visados, e também porque [ela e José Domingos] têm o hábito de participar em projectos que envolvam a formação académica dos seus responsáveis”.

Referente à questão nº 5, todos responderam que consideravam estas iniciativas importantes para a inclusão dos jovens na sociedade, pois o projecto:

“ [veio] permitir novas formas de ver o mundo que os rodeia, novas actividades ou novas formas de estar na vida, através da interacção com pessoas fora do seu quotidiano” (Carlos Reveles);

“... é sempre uma mais valia poder ocupar jovens com actividades lúdicas e actuais” (Filipe Inteiro);

“... é uma forma de divulgar o que os jovens dos bairros sociais conseguem produzir, peças importantes até na fotografia e contribuir para a sociedade de alguma forma” (Ana Sofia Santos);

“... as ferramentas artísticas [do projecto] são uma excelente forma de desenvolver a auto-estima destes jovens. Ferramentas estas que lhes permitirão uma consciência crítica sobre o mundo que os rodeia” (José Domingos e Magda Fernandes);

“... estas duas ferramentas [fotografia e design] ligadas são fundamentais no que diz respeito ao processo de tomar decisões ponderadas e acertadas na vida” (Magda Fernandes).

Relativamente à questão nº 6, “considera a arte, neste caso, a fotografia e o design, importantes para a formação do jovem enquanto indivíduo na comunidade onde está inserido?”, quatro responderam que sim e uma que não sabia. Quanto à razão de terem respondido afirmativamente, Filipe Inteiro considera que “tanto a fotografia como o design mexem com a imagem, a forma como comunicamos. Ao terem uma consciência maior sobre como eles se vêem e ao bairro onde vivem, vão conseguir transmitir àqueles que estão de fora como eles são e como é o dia-a-dia no seu bairro”; Carlos Reveles também segue a mesma ideia dizendo: “permite-lhes ter uma forma de expressão individualizada”. Já Magda Fernandes e José Domingos acrescentam que “a comunicação visual é hoje em dia a forma de comunicação mais presente nas nossas vidas. Compreender os processos ligados à construção desta comunicação permite compreender melhor e ser mais crítico no que diz respeito às mensagens recebidas, assim como ser mais assertivo nas mensagens criadas”.

Em relação à pergunta nº 7, “qual foi o bairro em que se sentiu mais à vontade durante a sua acção de formação?”, dois formadores, Ana Sofia Santos e José Domingos, consideram que foi no Bairro da Boavista, porque foi o mais caloroso a receber as pessoas de fora e pelo sentido de comunidade que demonstrou. Filipe Inteiro sentiu-se mais à vontade no Bairro Padre Cruz, tendo o principal entrave no seu *workshop* sido a diferença de idades dos jovens presentes.

Já Magda Fernandes enuncia dois bairros, o da Boavista e o da Alta de Lisboa, porque lhe “pareceu que os jovens se sentiam bem naquele espaço, e que provavelmente terá existido um trabalho de fundo (da parte das instituições, ou das família, não sei) no sentido de alertar para a importância destas actividades”. Carlos

Reveles não conseguiu distinguir um bairro onde se tivesse sentido mais à vontade, “já que cada um teve as suas condicionantes. O Bairro Alta de Lisboa, por ser uma urbanização mais moderna tem características distintas dos outros repletos de cães, grades e arame farpado”.

No que concerne à questão nº 9 sobre a opinião dos formadores relativamente aos jovens que nele participaram, consideraram que todos os grupos incluíam elementos em que o interesse era muito variado, desde um claro desejo de aprender e seguir as regras indicadas, ou meramente aproveitar a oportunidade de utilizar uma máquina fotográfica sem dar atenção aos objectivos da formação. O fotógrafo Carlos Reveles disse mesmo: “Fiquei agradado com a dedicação de alguns elementos em todos os grupos, o que resultou em imagens muito interessantes na exposição final”. José Domingos e Magda Fernandes consideram que “os jovens eram curiosos com algum interesse na aprendizagem, mas que se dispersavam facilmente, o que é compreensível depois de um dia inteiro de actividades lectivas obrigatórias”. Filipe Inteiro entende que a principal dificuldade residiu na diferença de idades dos jovens que são “interessados em aprender mas que possuem bastantes dificuldades de compreensão e mesmo de raciocínio”.

Sobre a pergunta nº 10, se os consideraram empenhados, atentos e disponíveis para futuras actividades, de modo geral, consideraram que houve jovens que demonstraram empenho e atenção e outros que se mostraram menos interessados, acreditando que, provavelmente, uns voltariam a participar com todo o gosto e outros não, mas só uma minoria em cada grupo teve atitudes desestabilizadoras ou não mostrou interesse na formação.

À pergunta nº 11, todos responderam afirmativamente, que desejariam tornar a participar/colaborar na continuação deste projecto ou noutro idêntico, com condições semelhantes, ou seja, em bairros sociais. Filipe Inteiro especificou mesmo que gostaria de leccionar módulos de design visual e fotografia para idosos.

No que se refere à exposição realizada no jardim em frente ao Museu da Electricidade (questão nº12), todos os formadores viram a exposição e, de modo geral, aprovaram o local escolhido pela sua envolvente, por ser um espaço alternativo, facilmente

acessível e agradável “o que é muito importante, tanto para o público que raras vezes é sensibilizado para a realização deste tipo de projectos, como para os jovens que vêem assim finalizado um processo de trabalho, valorizando o sentido de realização” (Magda Fernandes). Também apreciaram a qualidade e a forma como as imagens foram apresentadas, bem como a presença de alguns participantes. O que lhes suscitou menor agrado foram as diferentes linguagens que constituíram a exposição, pois, segundo Magda Fernandes “a participação activa e democrática de todos os jovens, acabou talvez por criar algum sentido de confusão na mensagem visual. No entanto, esta passava e essa participação activa tem uma importância maior do que o depuramento e a edição do trabalho de design”.

Em relação à última questão, nº 13, onde os formadores podiam colocar sugestões ou comentários complementares, apenas Filipe Inteiro respondeu: “um belíssimo projecto e estarei disponível para contribuir para que estes jovens possam vir a crescer com estas actividades e iniciativas”.

A experiência desenvolvida promoveu, desde já, uma interacção pedagógica, mas também emotiva entre estes jovens aprendizes de fotógrafo e os seus formadores. Essa ligação revelou-se um enriquecimento vivencial e esperamos, estes jovens e a investigadora, estarmos a contribuir para uma consciencialização e um exercício de cidadania mais participativa e marcada por uma interculturalidade étnica e de hierarquias sociais que não se fica apenas pelo papel ou pelas boas intenções, tendo uma concretização visível, nomeadamente na exposição e no futuro destes jovens.

#### **4.2.3 PROJECTO MORO AQUI AO LADO DESCRIÇÃO DAS SESSÕES – SEGUNDA FASE**

Em Novembro de 2013, o “Projecto Moro Aqui ao Lado” foi retomado com o contributo das comunidades que já nele haviam participado anteriormente. A boa aceitação dos jovens e o seu desejo de continuar revelam a experiência artística e expositiva realizada, mas, mais do que isso, comprovam o impacto da realização da primeira fase junto das comunidades envolvidas. Assim, decidiu-se desenvolver um projecto semelhante, mas desta

vez com um tema diferente.

O novo projecto foi, portanto, concebido para os mesmos grupos de jovens que participaram na experiência anterior, mas com o intuito de, por um lado, aferir da sua evolução e, por outro, ir um pouco mais longe no processo de aprendizagem e integração. Deste modo, procedeu-se a uma revisão dos conhecimentos previamente adquiridos, mas os conceitos de fotografia abordados foram-no, nesta fase, de uma forma mais aprofundada, aplicando os princípios do design enunciados por Mathew (2010). As sessões tiveram a duração de cerca de dois meses, focando-se, principalmente na aprendizagem dos princípios do design, sem esquecer a sua interligação com o objecto fotográfico.

Assim, esta segunda fase teve a intenção de explorar o design participativo segundo as definições operatórias e os pressupostos sociais e éticos apontados por Robertson & Wagner (2013), bem como a concepção de exposição de fotografia em espaço aberto, tal como explanada por Rico (2010).

O tema escolhido para esta fase foi o da cidade de Lisboa, uma vez que o projecto visava fazer os jovens saírem das suas comunidades e conhecerem-na de forma mais abrangente, convidando-os, para tal, a fotografar lugares da Capital que melhor a caracterizassem e do modo que a percepcionassem (Eisner, 2004).

Registaram-se certas dificuldades em reunir alguns dos participantes do projecto anterior, pois, embora tivessem sido facultados os seus contactos telefónicos e moradas, alguns deles já não correspondiam aos actualmente utilizados e, apesar dos esforços envidados em determinados casos, foi impossível localizá-los. No que se refere ao Bairro Padre Cruz esta tentativa de reaproximação logrou-se também devido ao facto de ter coincidido com uma operação de realojamento, o que deixava a atribuição de residência conhecida destes jovens numa incerteza insolúvel. No entanto e com todos os obstáculos assinalados, conseguiu-se entrar em contacto com alguns deles, que se mostraram interessados em participar nestes novos *workshops*.

Uma vez por semana foram realizados *workshops* com a duração de aproximadamente uma hora. Nessas sessões foram relembrados alguns conceitos de fotografia através da análise de

imagens seleccionadas. Através dos conceitos abordados, porque são considerados também princípios de design, estabeleceu-se uma relação entre a fotografia e o design que foi facilmente apreendida. Com base nos princípios aplicados à fotografia – ritmo, harmonia, equilíbrio, simetria e contraste – que também se enquadram numa abordagem ao design (Mathew, 2010), o grupo ficou apto a interpretar e entender o que já aprendera e aplicara na fotografia e, conseqüentemente, a aplicar essas mesmas noções na área do design, em particular, na preparação de uma exposição final. Essa exposição viria a ser realizada num local distinto do escolhido no projecto anterior, pretendendo-se um espaço urbano no centro de Lisboa para o efeito. De acordo com Correia (2013), este tipo de localização valida a iniciativa como concretização de arte pública, instrumental na produção de mudança na realidade social.

No que respeita às sessões de transmissão/aquisição de conhecimentos, a segunda fase do projecto decorreu nos mesmos locais e com as mesmas Associações/Entidades. No Bairro Padre Cruz manteve-se a parceria com a Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz. Em consequência, os *workshops* foram desenvolvidos no Centro Cultural de Carnide no espaço da associação, como já tinha acontecido na primeira fase do projecto (Abril a Junho de 2013).

Em Outubro de 2013 contactou-se a coordenadora Ana Carapinha do “Projecto All Artes” (Bairro Alta de Lisboa), que informou que iria ser realizada uma outra actividade ligada à fotografia com os jovens que tinham trabalhado no “Projecto Moro Aqui ao Lado”. Assim, poderia ser pertinente associar e realizar os *workshops* em conjunto. Contactou-se Vivi Costa, a representante da Associação Espaço Mundo, local onde iria decorrer a outra actividade de fotografia, e a Associação Fos, representada por Ana Filipa Flores. O projecto desenvolvido pela Associação Espaço Mundo e pela Associação Fos estava inserido no Programa Bip/Zip<sup>28</sup>, programa que consiste em parcerias estabelecidas com a Câmara Municipal de Lisboa e entidades locais de bairros e zonas de intervenção prioritária da Capital. Há a referir que a Associação Espaço Mundo tem por objectivo principal prestar apoio à comu-

28] Programa BIP/ZIP é “um instrumento de política pública municipal para dinamizar parcerias e pequenas intervenções locais de melhoria dos “habitats” abrangidos, através do apoio a projectos levados a cabo por juntas de freguesia, associações locais, colectividades e organizações não-governamentais, contribuindo para o reforço da coesão socio-territorial no município” Cf. <http://habitacao.cm-lisboa.pt/index.htm?no=2730001>

29] Cf. <http://espacomundo.files.wordpress.com/2012/05/estatutos-associacao3a7c3a3o-espac3a7o-mundo.pdf>

30] Cf. <http://fos.pt>

nidade envolvente e promover a cultura, bem como os direitos das comunidades emigrantes e seus descendentes residentes na Alta de Lisboa. Porém, a sua acção pode ainda, expandir-se ao desenvolvimento de programas recreativos, desportivos e sociais<sup>29</sup>, onde naturalmente o “Projecto Moro Aqui ao Lado” se integraria de forma plenamente adequada. Já no que se refere à Associação Fos, a afinidade com o “Projecto moro Aqui a Lado” reside no uso da imagem como ferramenta de inclusão social e digital. Aliás, é de realçar que a Associação Fos tem trabalhado com grupos sociais com menos possibilidades de reflectir sobre a sua realidade e procura assim contribuir para uma transformação social positiva que melhore a qualidade de vida desses indivíduos e comunidades<sup>30</sup>.

Em resultado das negociações efectuadas delineou-se um acordo em que se estabeleceu que os *workshops* iriam ser realizados na Associação Espaço Mundo com o apoio da Associação Fos. Esta associação acompanhou o grupo nos percursos fotográficos por Lisboa e apoiou a actividade com o empréstimo de algumas câmaras fotográficas.

No Bairro da Boavista contactou-se a Associação Recreativa de Moradores e Amigos do Bairro da Boavista na pessoa do seu vice-presidente Joaquim Pinto que se mostrou interessado em voltar a colaborar e também sugeriu uma parceria com a AHEAD - Associação Humanitária para a Educação e Apoio ao Desenvolvimento, que dá apoio escolar neste bairro.

Esta associação é uma ONGD que desenvolve projectos em Portugal, Moçambique e São Tomé e Príncipe tendo o seu cerne na educação. Nasceu em 2007 pela mão de um grupo de estudantes que acreditaram que juntos podiam mudar a realidade de quem começava a enfrentar as dificuldades vivenciais em comunidades frágeis. Deste propósito geral veio a surgir o AHEAD Bairros que consiste num programa de inserção social para jovens residentes nos bairros da Boavista e da Ameixoeira. Dinamizado por um grupo de voluntários durante todo o ano lectivo, o programa, dirigido a alunos do 1º, 2º e 3º ciclos, tem duas componentes principais - o acompanhamento escolar e o desenvolvimento de projectos e actividades de carácter lúdico-pedagógico<sup>31</sup>, âmbito em que obviamente se integrava o nosso projecto.

31] Cf. <http://www.ahead.org.pt>

Depois de entabuladas conversações com a AHEAD, através da sua presidente, Joana Lopes, concordou-se que um dia por semana depois do já referido apoio escolar os jovens teriam as sessões de fotografia.

Todo o processo negocial que antecedeu a prática de educação pela arte implicou o diálogo entre a autora do projecto e interlocutores com capacidade interventiva nas três comunidades seleccionadas e, de forma directa ou indirecta, com os potenciais participantes e familiares. Trata-se de um passo preliminar de grande significado para o bom prosseguimento da actividade, tal com Shea (2012) sublinha.

Na primeira semana de Novembro de 2013 iniciou-se o Ateliê de Fotografia nos três Bairros, mais especificamente nos dias 4 e 7. O Bairro Padre Cruz manteve-se à segunda-feira com o horário das 17h30 às 18h30. No Bairro Alta de Lisboa o horário inicial foi das 15h às 17h, às quintas-feiras e no Bairro da Boavista foi das 19h às 20h no mesmo dia da semana. Na primeira sessão no Bairro Padre Cruz e no Bairro Alta de Lisboa foram explicados os objectivos do projecto e os jovens foram questionados sobre o que é uma cidade, como a vêem, que sítios conhecem e o que gostariam de fotografar. Os locais escolhidos para fotografar foram Belém, a Baixa, Alfama e o Castelo. Em cada comunidade houve elementos do grupo que foram, pelo menos, a um dos locais escolhidos, embora houvesse alguns participantes que visitaram mais do que um local.

No Bairro da Boavista, como os participantes eram muitos e a maior parte estava presente pela primeira vez, foi necessário começar por fazer uma apresentação da autora, do projecto em si e de cada um deles para assim se fomentar um certo espírito de corpo. Neste bairro optou-se por fazer o crachá com o nome, como anteriormente, devido a serem bastantes jovens e ser difícil conhecê-los tão rapidamente quanto desejável. De seguida, foi mostrada uma apresentação com algumas imagens ilustrativas dos seguintes conceitos: ritmo e harmonia. Depois, para começarem a criar o gosto pela procura da fotografia, foram desafiados a ir para



o seu bairro fotografar animais, meios de transporte, elementos da natureza, a rua, procurando imagens com ritmo e harmonia também. Para o efeito, dividiram-se em grupos de três e, com voluntários da AHEAD, andaram a deambular pelo seu bairro a tentar capturar o que lhes fora pedido.

Na segunda semana (11 de Novembro de 2013) não foi possível realizar o Ateliê no Bairro Padre Cruz porque os jovens faltaram à sessão. Na Alta de Lisboa o Ateliê de Fotografia passou a ser às quartas-feiras no mesmo horário, uma vez que os jovens tinham essa tarde livre e, por isso, seria mais fácil conciliar os passeios fotográficos com os seus outros deveres. Na semana de 13 de Novembro foi fotografado o primeiro local escolhido, desde a rotunda do Marquês de Pombal até à zona do Rossio (figuras 164, 165 e 166).

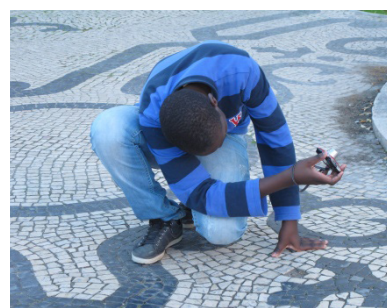


Figura 164, 165 e 166, *Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Alta de Lisboa desde a rotunda do Marquês de Pombal até à zona do Rossio*, Fotografias da Autora, 2013

Na sessão do Bairro da Boavista os jovens continuaram a desenvolver a tarefa marcada na semana anterior que consistia em fotografar o Bairro, tendo-lhes sido igualmente perguntado o que é uma cidade e como a vêem, após o que escolheram os locais que gostariam de fotografar em Lisboa. No sábado dia 16 de Novembro de 2013, o primeiro grupo foi a Belém e, no domingo outro grupo foi às zonas de Alfama e Castelo (figuras 167 e 168).

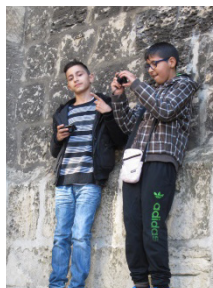


Figura 167 e 168, *Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Boavista a Belém, Alfama e Castelo*, respectivamente, Fotografias da Autora, 2013

Na terceira sessão de Novembro no Bairro Padre Cruz (18 de Novembro de 2013) mostrou-se algumas imagens elucidativas dos conceitos de ritmo e harmonia e, tal como acontecera no Bairro da Boavista, também aqui os jovens foram convidados a fotografar os elementos temáticos propostos no seu Bairro. A sessão do Bairro da Boavista nessa semana decorreu na segunda-feira (18 de Novembro de 2013), devido à indisponibilidade da investigadora na quinta-feira<sup>32</sup>, tendo sido pedido a cada grupo que recortasse e montasse dois cubos e que numerasse as suas faces. Também lhes foram mostradas as fotografias tiradas no bairro no decurso das sessões anteriores. No Bairro da Alta de Lisboa os jovens estiveram a ver as fotografias tiradas na sessão passada, a analisar o que podiam melhorar e a seleccionar as imagens de que gostavam mais, justificando as suas escolhas. Foi feita também, uma apresentação de imagens para dar a conhecer os conceitos de ritmo e harmonia, para os poderem aplicar na sessão futura.

No dia 22 de Novembro de 2013, durante a parte da manhã, os jovens do Bairro Padre Cruz foram fotografar a zona da Baixa. No dia seguinte, o grupo do Bairro da Boavista também fotografou essa mesma zona histórica (figuras 169 e 170).



Figura 169 e 170, *Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Boavista à zona da Baixa*, Fotografias da Autora, 2013

32] A investigadora foi apresentar uma comunicação na Conferência *Designa*, 2013, Interface, na Universidade da Beira Interior, Covilhã de 21-22 de Novembro de 2013.

Na quarta sessão (25 de Novembro de 2013) os jovens do Bairro Padre Cruz não puderam comparecer devido a incompatibilidades de horário. Na sessão do Bairro Alta de Lisboa (27 de Novembro de 2013) o grupo foi fotografar a zona da Baixa e de Alfama (figuras 171 e 172).

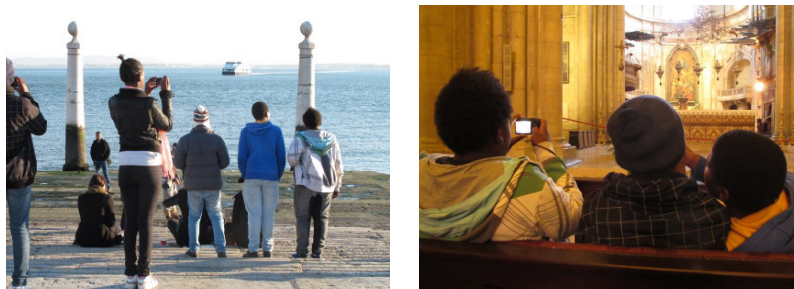


Figura 171 e 172, *Passeio fotográfico com os jovens do Bairro da Alta de Lisboa à zona da Baixa e de Alfama*, Fotografias da Autora, 2013

No Bairro da Boavista (28 de Novembro de 2013) foram mostradas mais algumas imagens e explorados os conceitos de equilíbrio, simetria e contraste. Tratando-se do grupo maior foi necessário aproveitar parte desta sessão para terminarem a montagem dos cubos, que ficara por concluir, e foi-lhes mostrado o tamanho real de uma face e pedido que fizessem um estudo do que queriam colocar em cada uma. Ao mesmo tempo que dois grupos procediam ao estudo de colocação dos elementos, o terceiro escolhia as fotografias que pretendia que fossem expostas, podendo cada jovem escolher até um máximo de 15 imagens.

Na quinta sessão (primeira semana de Dezembro de 2013) no Bairro Padre Cruz, o grupo viu e analisou as fotografias capturadas na zona da Baixa, escolheu algumas para a exposição final e também procedeu à montagem dos cubos. No Bairro Alta de Lisboa mostraram-se mais algumas imagens com base nas quais foram abordados os conceitos de equilíbrio, simetria e contraste. Os jovens escolheram as fotografias da sessão anterior e foi-lhes pedido que montassem o cubo, o numerassem e, posteriormente, em grupos de dois, fizessem um esboço de como imaginavam a decoração de cada face. No Bairro da Boavista, o grupo que previamente seleccionara as fotografias dedicou-se a fazer a montagem do cubo e o estudo da sua composição, enquanto os outros

dois grupos iniciaram a escolha das suas fotografias para as restantes faces do cubo a exhibir na exposição (figuras 173, 174 e 175).



Figura 173, 174 e 175, *Jovens do Bairro da Boavista a fazer estudo do cubo e a escolher as fotografias*, Fotografias da Autora, 2013

Na sexta sessão no Bairro Padre Cruz (segunda semana de Dezembro de 2013) mostrou-se mais algumas imagens onde foram abordados os conceitos de equilíbrio, simetria e contraste e os jovens procederam à montagem do cubo e ao esboço de cada uma das suas faces. No final da sessão, foi-lhes solicitado que apresentassem a sua ideia e escolhessem o *layout* final do cubo. No Bairro Alta de Lisboa, os jovens continuaram a elaboração do estudo do *layout* do cubo, depois expuseram as suas ideias e, em conjunto, chegaram a uma decisão final. Começaram, também, a atribuir legendas às fotografias seleccionadas. No Bairro da Boavista os jovens legendaram as suas fotografias e escreveram uma frase sobre Lisboa que viria a ser aplicada num outro cubo.

Na sétima sessão (terceira semana de Dezembro de 2013) no Bairro Padre Cruz, foram legendadas algumas das imagens já escolhidas. No Bairro da Alta de Lisboa os jovens montaram um estudo em tamanho real, que a doutoranda fez no computador num programa vectorial e, seguindo as ideias dos jovens, estiveram em conjunto a escolher as cores, os tipos de letra e mais algumas fotografias. No Bairro da Boavista não houve sessão, pois os jovens encontravam-se em período de pausa lectiva.

Para compensar as ausências dos jovens em sessões anteriores ocorridas no Bairro Padre Cruz, realizaram-se mais três sessões, nomeadamente, no dia 20 de Dezembro de 2013, durante a manhã em que o grupo foi fotografar a zona de Belém (figuras 176 e 177) e, posteriormente, escolher as fotografias para a exposição; no dia 23 de Dezembro de 2013, altura em que legendaram



todas as imagens escolhidas e procederam a uma escolha final de quais pretendiam colocar em cada face do cubo; e no dia 30 de Dezembro de 2013, quando montaram em tamanho real uma das faces com as fotografias escolhidas e seleccionaram alguns elementos do *layout* final, entre os quais, a cor e/ou imagem de fundo, alteração de algumas legendas, tipos de letra, entre outros.

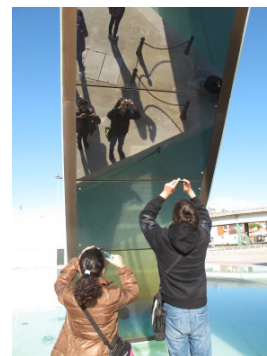
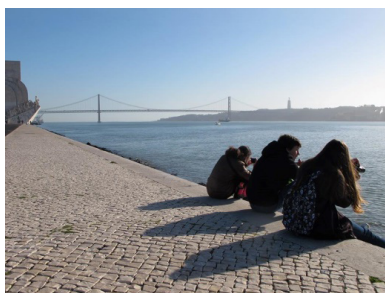


Figura 176 e 177, *Passeio fotográfico com os jovens do Bairro Padre Cruz à zona da Belém*, Fotografias da Autora, 2013

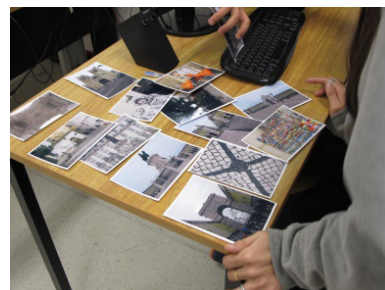
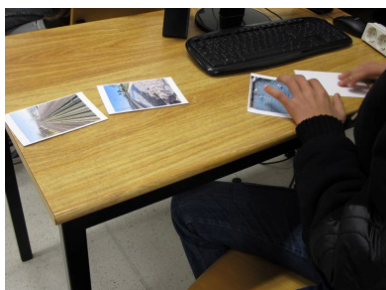


Figura 178, 179 e 180, *Jovens do Bairro Padre Cruz a escolher e legendar fotografias*, Fotografias da Autora, 2013

Na verdade, os jovens decidiram todas as fotografias a utilizar na exposição e escolheram o *layout* final a ser aplicado sobre o cubo (figuras 178, 179 e 180). Fizeram um estudo de cada face, em tamanho real, de modo a ser mais fácil entenderem como os elementos actuavam em conjunto. Posteriormente, as suas ideias foram passadas para um programa vectorial e feitas impressões em folhas A4, de forma a ser possível colar todas as folhas e obter cada face do cubo em tamanho real com as suas escolhas definitivas (figura 181). No entanto, ainda poderiam ser introduzidas alterações nesta fase, caso o desejassem (figura 182).

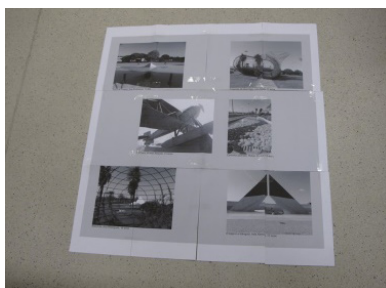


Figura 181 e 182, *Jovens do Bairro Padre Cruz a montar faces do cubo e a escolher mais alguns elementos para o layout final*, Fotografias da Autora, 2013

Todo este processo redundou numa afirmação de identidades por parte dos jovens autores que, através das imagens captadas e das formas que definiram para sua exibição nas faces dos cubos, transmitiram mensagens sobre o modo como entendiam o espaço urbano circundante e, inclusive, como se perspectivavam em relação a ele. Ou seja, utilizaram o design gráfico, tal como Barnard (2005) refere, enquanto instrumento retórico: as imagens na sua disposição criteriosa fizeram chegar aos seus observadores emoções e percepções várias sobre a familiaridade e simultânea estranheza que os objectos fotografados despertam nos visitantes e nos jovens participantes.

Os cubos do Bairro Padre Cruz e do Bairro Alta de Lisboa ficaram finalizados na data prevista. No Bairro da Boavista, porém, os jovens ainda tiveram de montar as faces do cubo em tamanho real para confirmarem se estava tudo conforme o que tinham idealizado, tendo havido mais uma sessão no dia 23 de Janeiro de 2014 para ultimar as tarefas necessárias (figuras 183, 184 e 185).



Figura 183, 184 e 185, *Jovens do Bairro da Boavista a montar faces do cubo*, Fotografias da Autora, 2013

Concluía-se, assim, a fase de aquisição de conhecimentos e práticas artísticas, quer fotográficas, quer de design, tendo em vista a exposição final dos trabalhos realizados com o tema “Cidade de Lisboa”, como se pode verificar pelo registo da tabela seguinte (figura 186).

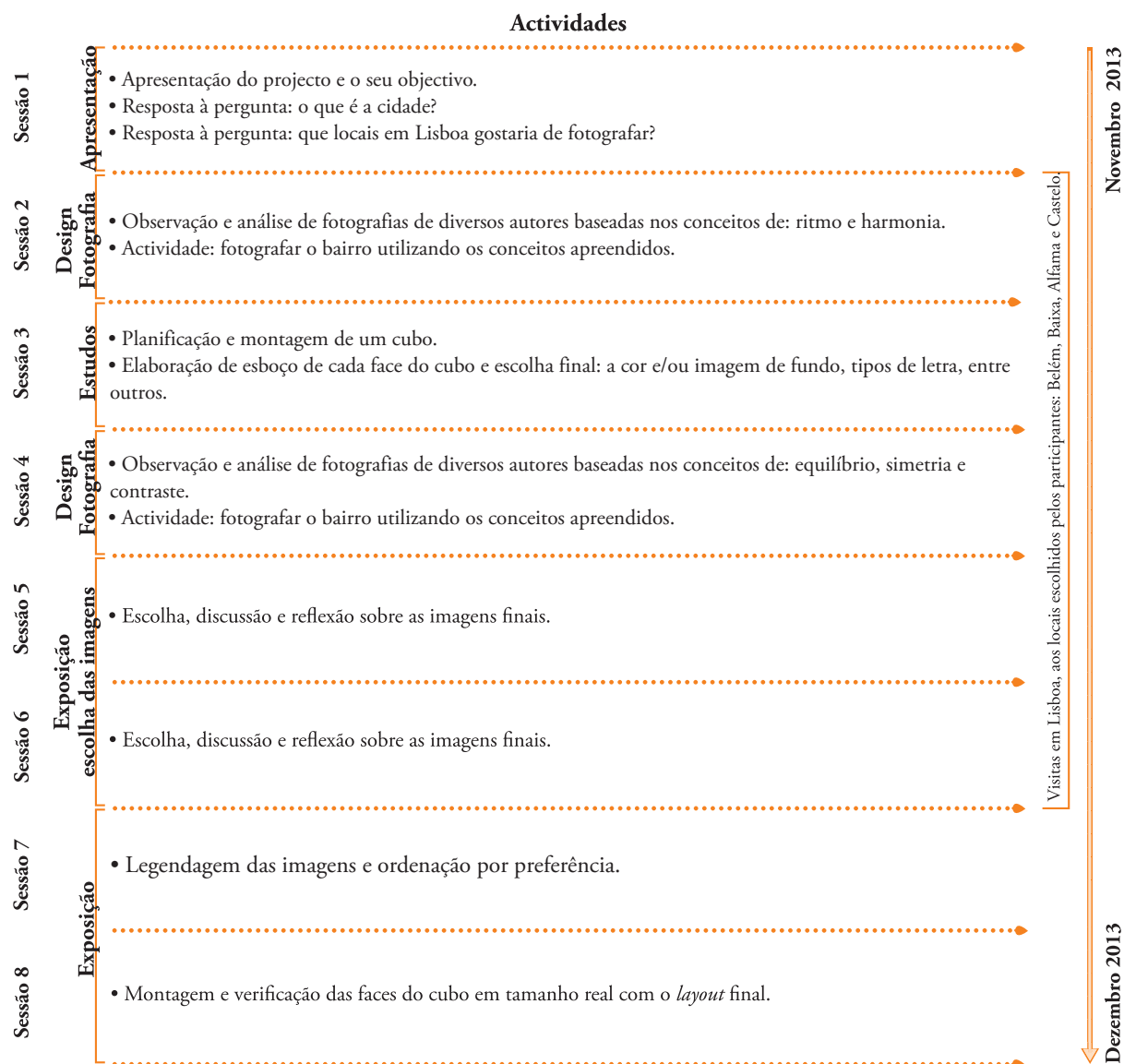


Figura 186, *Sessões do Projecto Moro Aqui ao Lado - Segunda Fase*, Imagem da Autora, 2013

A exposição com o tema Lisboa estava planificada para ter lugar na zona do Cais das Colunas em Lisboa, em virtude da sua centralidade. Todavia, depois de contactada a Câmara Municipal de Lisboa, foi comunicado que seria preferível escolher outra localização dotada de maior segurança. Por isso, o local da exposição foi alterado para o Largo de São Carlos, na Freguesia de Santa Maria Maior, Lisboa.

Desde Janeiro de 2014 que se estabelecera e mantivera contacto com a Câmara Municipal de Lisboa, nomeadamente com o Director do Departamento de Acção Cultural com o intuito de viabilizar a exposição. Contudo, no final do mês de Março, o parecer recebido desse departamento foi pouco favorável, pois não considerava prioritária a realização deste evento. Face a esta resposta, procurou-se contactar outras entidades susceptíveis de proporcionarem que a exposição se realizasse, entre as quais o Museu da Electricidade e o Museu Berardo, cujos pareceres foram negativos, por já terem as respectivas agendas de exposições completas. Também se contactou a Junta de Freguesia de Santa Maria Maior, com vista alocar a exposição ao Largo de São Carlos, a qual também deu parecer negativo. Perante o insucesso dos contactos já tentados, as associações que colaboram no projecto foram informadas do ponto da situação tendo-lhes sido solicitado que, na medida das suas possibilidades, tentassem desbloquear o impasse. Neste sentido, o vice-presidente da Associação de Moradores do Bairro da Boavista tentou, ele próprio, comunicar, em Abril de 2014, com a Câmara de Lisboa, mas a resposta recebida foi idêntica à anterior. Também a presidente da Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz se empenhou a tentar solucionar a questão.

Entretanto, em Abril de 2014 contactaram-se os responsáveis do Centro Cultural de Carnide com o intuito de concretizar a exposição referente à primeira fase do projecto com as fotografias dos jovens do Bairro Padre Cruz. A exposição viria a realizar-se de 29 de Maio a 17 de Junho de 2014, no Centro Cultural de Carnide com algumas das fotografias (catorze, uma de cada jovem) em tamanho A3, que já tinham sido exibidas na exposição anteriormente realizada em 2013, no jardim em frente ao Museu da Electricidade, em Lisboa.





Figura 187, 188 e 189, *Inauguração da exposição de fotografia no Centro Cultural de Carnide*, Fotografias da Autora, 2014

Nessa exposição sita no Centro Cultural de Carnide houve a possibilidade de colocar um livro de visitantes onde as pessoas tinham a hipótese de registar o seu comentário. Foi um modo adicional de obter reações e potenciais ilações relativamente à actividade realizada e seu impacto na sociedade urbana. Algumas das opiniões escritas no livro vieram ao encontro das convicções que tinham motivado a prossecução deste projecto. A título de exemplo destacam-se as seguintes:

“Um projecto muito interessante, óptimo para a integração dos jovens, ao mesmo tempo que aprendem uma nova capacidade.”

“Acreditar é a primeira condição para conseguir! Obrigado por terem levado estes jovens a acreditar e por os terem conduzido no percurso de o conseguir! Parabéns pela exposição e pela sensibilidade claramente expressa em cada foto! Ah! E também moro aqui ao lado. Agora com mais um motivo de orgulho!”

“Miúdos talentosos, com muito para dar e mostrar.”

“Parabéns! Gostei muito dos olhares captados sobre o Bairro. Encontro aqui fotografias excelentes.”

O grupo do Bairro da Boavista teve a possibilidade de visitar a exposição dos jovens do Bairro Padre Cruz. Para o efeito e já depois da segunda fase terminada, combinou-se com os vo-

luntários da AHEAD e, no final de um dia de semana, depois do apoio escolar, doze jovens foram de transportes públicos com os monitores da AHEAD ao encontro da investigadora no Bairro Padre Cruz para verem as fotografias capturadas pelos jovens deste bairro. Foi-lhes pedido que preenchessem um pequeno impresso<sup>33</sup> com o seu nome, idade, fotografia de que tinham gostado mais, descrição da mesma e a razão dessa escolha. O objectivo foi mostrar aos jovens do Bairro da Boavista que o trabalho desenvolvido na segunda fase iria também ser exposto, apesar das demoras e das dificuldades que, por vezes, se verificavam e tinham de se ultrapassar. Para além de comprovar a boa concretização dos objectivos visados, proporcionou-se-lhes um passeio até outro bairro que participava no “Projecto Moro Aqui ao Lado” e uma visita a uma exposição de fotografia, actividades que quebravam a sua rotina. Solicitar aos jovens que indicassem a sua imagem preferida implicou da parte deles um olhar mais atento a todas as imagens e um empenho mais consciente no processo de identificação e caracterização de cada uma delas, por forma a compreenderem o que os motivava na sua escolha.

Das respostas recolhidas constatou-se que a maioria dos jovens (sete) gostou mais da fotografia “Caminhar com Style” de Sandra Rodrigues (figura 190)<sup>34</sup> por diversos motivos: por ter um ângulo diferente e interessante; por causa da sua simplicidade; por apresentar uns ténis bonitos; por se tratar um campo de futebol e gostarem de jogar à bola; e por conhecerem o local fotografado. Os motivos apontados prendiam-se, pois, com aspectos técnicos e estéticos e, em maior número, pela identificação de gostos e práticas que lhes eram familiares.

33] O questionário pode ser visto no Apêndice III: Questionário - Jovens Bairro da Boavista que se encontra no CD.

34] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 2, que se encontra no CD.



Figura 190, *Caminhar com Style*, Sandra Rodrigues, 12 anos, Bairro Padre Cruz, 2013

35] Esta fotografia pode ser vista em tamanho maior no Anexo II: Fotografias dos *Posters*, página 9, que se encontra no CD.

Para além desta imagem, outros dois jovens elegeram a fotografia “Entrem Connosco” de Inês Pereira (figura 191)<sup>35</sup> devido ao contraste que apresenta. Embora sem se alongarem na elaboração das suas respostas, foi possível aduzir que a porta desprendida dos seus gonzos e num equilíbrio precário se lhes abria a um desconhecido negro que, perante a cor branca pardacenta da parede, prometia, no mínimo, uma aventura, algo que sempre cativa os jovens.



Figura 191, *Entrem Connosco*, Inês Pereira, 14 anos, Bairro Padre Cruz, 2013

Também foram mencionadas as fotografias “A Parede dos Unidos” de Rúben Pereira, devido à representação dos *graffiti* ou seja, o conceito de uma imagem encapsulada noutra imagem. Também “Fixa-te” de Bruna Urbano mereceu apreço, sendo salientada a composição dos elementos corporais, mais especificamente os pés virados na direcção de uma personagem para a outra, assim deixando transparecer a imagem que as une. Finalmente “Dois Caminhos” de Ana Rodrigues cuja imagem de uma rua típica do bairro foi motivo de identificação por parte de um jovem visitante (8 anos) que transmitiu esta sensação com a simples frase “porque tem um candeeiro e casas”<sup>36</sup>.

36] Estas três fotografias podem ser observadas no Anexo II: Fotografias dos *Posters* que se encontra no CD.

No que respeita às possibilidades de exposição referentes à segunda fase do projecto, ficou a dever-se à presidente da Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz, Elisete Andrade, o valioso contacto com a Senhora Assessora da Vereadora do Pelouro da Habitação e Desenvolvimento Local, Floresbela Pinto, que se mostrou bastante interessada em promover este projecto. Assim, no dia 30 de Junho de 2014, pelas 18 horas, inaugurou-

-se a exposição de fotografia subordinada ao tema “Lisboa”, na Assembleia Municipal de Lisboa (figuras 192, 193 e 194). Nela estiveram presentes as associações e as organizações que participaram no Conselho Municipal da Juventude, os jovens fotógrafos, os seus pais, algumas pessoas que colaboraram connosco ao longo do projecto e visitantes. A exposição manteve-se neste local até dia 4 de Julho de 2014, registando-se uma afluência variada em termos da proveniência sócio-económica e da geografia da urbe.



Figura 192, 193 e 194, *Inauguração da exposição de fotografia com o tema Lisboa*, Assembleia Municipal de Lisboa, Fotografias da Autora, 2014

A Senhora Vereadora do Pelouro da Habitação e Desenvolvimento Local, Paula Marques, esteve presente na inauguração e ali se comprometeu a ajudar a realizar a exposição noutros locais da capital. Esse apoio veio, posteriormente, a viabilizar a presença da exposição na Feira da Luz de 30 de Agosto a 28 de Setembro de 2014, na Junta de Freguesia de Carnide (figuras 195, 196, 197 e 198).



Figura 195 e 196, *Exposição de fotografia com o tema Lisboa*, Feira da Luz – Carnide, Fotografias da Autora, 2014



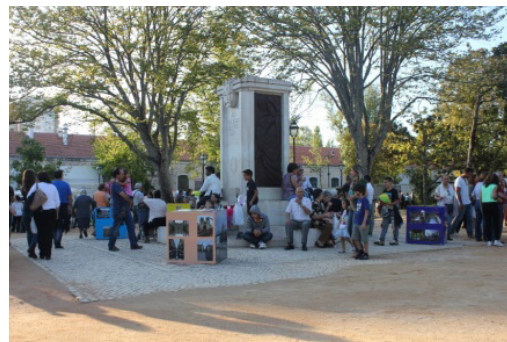


Figura 197 e 198, *Exposição de fotografia com o tema Lisboa*, Feira da Luz – Carnide, Fotografias da Autora, 2014

A execução e os materiais utilizados na exposição beneficiaram do apoio da Universidade de Lisboa em virtude da sua autora ter submetido candidatura ao concurso de Apoio a Actividades Extracurriculares de Estudantes da Universidade Técnica de Lisboa, no segundo semestre do ano 2013, vindo, efectivamente, a ganhar uma bolsa para o desenvolvimento do projecto.

Em termos concretos, a exposição consistiu na colocação de cinco expositores de forma cúbica no espaço atribuído para o efeito. Cada comunidade estava ali representada através de um cubo com as dimensões de 80cmx80cmx80cm, onde os jovens haviam colocado as respectivas fotografias sobre Lisboa. Havia, também, dois cubos menores, com 50cmx50cmx50cm, um cujas faces continham ilustrações relativas ao projecto e outro revestido com frases escritas pelos jovens a respeito de Lisboa e do que nela tinham gostado de ver e fotografar.

Estes elementos expositivos foram expostos em dois locais diferentes, um interior e outro exterior. Na Assembleia Municipal de Lisboa, os cubos foram colocados na entrada com uma disposição longitudinal, com os três cubos dos bairros no meio e os dois menores, um em cada ponta. Assim, a disposição adoptada foi cubo menor de apresentação, cubo do Bairro Padre Cruz, cubo do Bairro Alta de Lisboa, este colocado num púlpito de cor preta porque os jovens deste bairro consideraram ser necessário o cubo ficar mais elevado para facilitar a leitura dos conteúdos das faces laterais. Seguidamente, foi colocado o cubo do Bairro da Boavista e depois o outro cubo menor. Apesar do cubo de apresentação se encontrar à direita da entrada e a leitura ser orientada

a partir dele para os seguintes, também era possível começar a exposição pela ordem inversa, dando assim maior latitude ao visitante. Só o facto de a exposição ocupar um local de entrada e de passagem no edifício já por si atraía o olhar dos passantes, que apenas tinham que caminhar por entre os cubos para assimilar a atmosfera da exposição.

Os cubos mais pequenos foram concebidos com uma dupla intencionalidade: serem expositores e, simultaneamente, servirem de bancos. Daí o seu tamanho ser menor e estarem colocados ao pé dos maiores que seriam o alvo da apreciação dos visitantes.

Neste primeiro local onde a exposição foi realizada não se revelou necessário desenvolver precauções a nível da segurança dos expositores, pois o local encontrava-se sempre vigiado pelo funcionário da recepção, para além de haver horas de abertura e fecho determinadas.

Porém, quando a exposição foi montada na Feira da Luz, em Carnide, foi preciso tomar outras medidas. Tendo em conta os factores indicados por Rico (2010) para a realização de exposições em espaço aberto, a disposição dos cubos foi alterada para se adequar ao espaço cedido, neste caso à volta de uma estátua situada na zona central do Jardim da Luz em homenagem ao Colégio Militar. Assim, optou-se por colocar o cubo menor de apresentação junto à base da estátua para ficar mais elevado e em destaque. Os outros cubos foram dispostos em torno da estátua, para serem visíveis de qualquer dos lados do jardim, pois o visitante poderia acercar-se provindo de várias direcções. Os quatro cubos foram colocados cada um ao pé de um foco de luz que se encontrava ao nível do chão, para que durante a noite fosse possível verem-se melhor os cubos. Como os expositores iriam ficar, noite e dia, na rua, durante praticamente um mês, os quatro cubos foram presos ao chão com estacas para evitar serem movidos. Para além destas medidas de segurança, dois agentes policiais circulavam pelo recinto da feira para garantirem que os cubos não eram vandalizados. Contudo, os esforços policiais revelaram-se insuficientes, tendo-se verificado um incidente provocado por uns jovens, filhos de feirantes, que danificaram os cubos, algo que depois foi resolvido, reparando-se os estragos. Neste local os cubos peque-

nos foram muitas vezes utilizados como bancos, aliás tal como os cubos maiores. O facto de se tratar de um jardim e local de passagem levou a que muita gente parasse e visse a exposição.

Como esta segunda exposição foi integrada num evento já tradicional e muito conhecido da Junta de Freguesia de Carnide, a Feira da Luz de Setembro, houve pessoas de vários estratos sociais a verem a exposição e a deslocarem-se lá de transportes públicos (autocarro e metro), ou no seu próprio veículo, pois também é um local com boa acessibilidade.

Passando agora a discriminar os conteúdos de cada elemento expositivo<sup>37</sup> e as suas características identitárias relativamente a cada bairro há que referir, desde já, que um dos cubos menores (figura 199), como atrás referido, se destinou à apresentação do projecto. Ele exibia as mesmas cores, amarelo e laranja, e os grafismos utilizados na primeira exposição, por forma a estabelecer um elo entre ambas as exposições, denotando de forma inequívoca que se tratava de um projecto em curso mas unido nos seus objectivos.

37] Todas as faces dos cubos podem ser observadas em tamanho maior no Anexo III: Cubos, bem como as fotografias que compõem cada face, no Anexo IV: Fotografias dos Cubos que se encontram no CD.



Figura 199, *Cubo de Apresentação do Projecto*, Imagem da Autora, 2014

A face superior do cubo continha a apresentação do “Projecto Moro Aqui ao lado” (figura 200) com uma breve explicação da sua actividade e dos seus propósitos, idêntica à que já tinha sido colocada no *mupi* de apresentação da exposição anterior. Nesta mesma face, em baixo, foram colocados os logotipos da Faculdade de Arquitectura e do projecto.



Figura 200, *Face Superior do Cubo de Apresentação do Projecto*, Imagem da Autora, 2014

A face frontal do cubo (figura 201) continha elementos que desenvolviam os pressupostos da anterior exposição, ou seja, um fundo idêntico, o desenho de alguém que, sorridente, está a fotografar hipoteticamente o seu observador e no título “Exposição de Fotografia” usou-se uma letra de tamanho grande e cor azul. A ideia foi, através desta face frontal, chamar a atenção do espectador para algo que estava a acontecer e fazê-lo aproximar-se para ver a face superior e, seguidamente, as restantes.



Figura 201, *Face Frontal do Cubo*, Imagem da Autora, 2014



A face lateral direita (figura 202), relativamente à antes descrita, reproduzia em tamanho menor a face superior dos três cubos grandes, apontando assim para a identificação dos bairros a que cada um desses cubos pertencia para ser mais fácil ao receptor orientar a sua visita e correctamente relacionar as imagens com os bairros lisboetas exibidos.



Figura 202, *Face Lateral Direita do Cubo*, Imagem da Autora, 2014

A face lateral esquerda (figura 203), relativamente à face aqui considerada frontal, continha os logotipos dos apoios que ajudaram à concretização desta segunda fase do projecto, nomeadamente, das associações, da Universidade de Lisboa, do CIAUD, da Câmara Municipal de Lisboa e da Junta de Freguesia de Benfica. Esta face também tinha inscritos os contactos de *email*, *blog* e *facebook* do projecto, viabilizando, assim, o contacto com a investigadora. Finalmente, um registo de agradecimentos a familiares e amigos que propiciaram de algum modo a concretização do evento.



Figura 203, *Face Lateral Esquerda do Cubo*, Imagem da Autora, 2014

A última face visível do cubo, a traseira (figura 204), destinou-se a informações mais detalhadas sobre o projecto, nomeadamente, sobre o tema da exposição e os lugares fotografados pelos jovens.



Figura 204, *Face Traseira do Cubo*, Imagem da Autora, 2014

No segundo cubo pequeno (figura 205), encontravam-se frases dos jovens dos três bairros sobre o que entendiam ser Lisboa e o que tinham gostado mais de fotografar. Este cubo seguiu também a linha gráfica do primeiro, repetindo-se a aplicação das

cores amarelo e laranja. Para além das frases dos jovens também foram colocados uns desenhos gráficos feitos pela investigadora com base em fotografias tiradas pelos jovens, no seu todo ou parcialmente reconstruídas.



Figura 205, *Cubo com frases dos jovens*, Imagem da Autora, 2014

Na face superior do segundo cubo pequeno (figura 206), colocou-se um poema da autoria de um dos jovens do Bairro Padre Cruz, com um desenho gráfico de uma imagem paisagística de Lisboa. A palavra e a imagem combinaram-se, assim, dando uma expressão mais plena às impressões vividas por este grupo.



Figura 206, *Face superior do cubo com frases dos jovens*, Imagem da Autora, 2014

Também na face frontal do cubo (figura 207), se colocaram três frases dos jovens fotógrafos, duas escritas por participantes do Bairro Alta de Lisboa e a terceira por um do Bairro da Boavista. A acompanhá-las foi feito um grafismo do Arco da Rua Augusta, a partir de uma imagem tirada pelos jovens.



Figura 207, *Face frontal do cubo com frases dos jovens*,  
Imagem da Autora, 2014

A face lateral direita (figura 208), relativamente à antes descrita, continha cinco frases, três redigidas por jovens do Bairro Alta de Lisboa e as restantes duas por jovens do Bairro da Boavista. Também foi feito um desenho gráfico de Afonso de Albuquerque com base numa fotografia dos jovens, capturada em Belém.



Figura 208, *Face lateral direita do cubo com frases dos jovens*,  
Imagem da Autora, 2014

Para a face lateral esquerda (figura 209), relativamente à face aqui considerada frontal, foram escolhidas três frases, duas da autoria de jovens do Bairro Padre Cruz e uma de um jovem do Bairro da Boavista. Esta face tinha, ainda, a Torre de Belém desenhada, baseada numa imagem capturada pelos jovens.

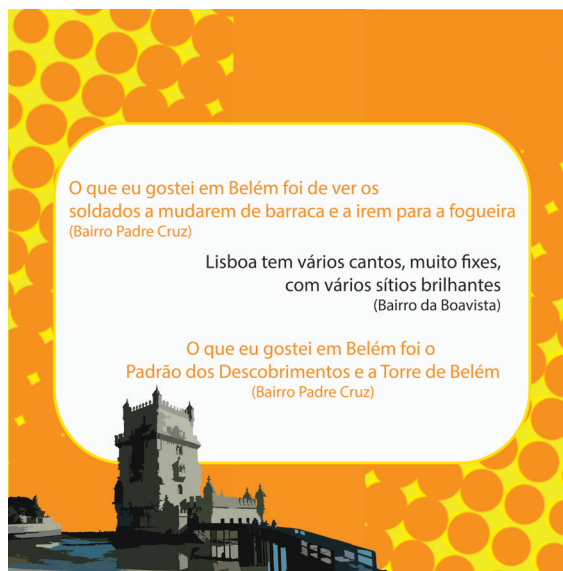


Figura 209, *Face lateral esquerda do cubo com frases dos jovens*,  
Imagem da Autora, 2014

A face traseira (figura 210) deste cubo tinha quatro frases, todas escritas por elementos do grupo do Bairro da Boavista e o desenho de um eléctrico feito a partir de uma imagem capturada por eles.



Figura 210, *Face traseira do cubo com frases dos jovens*,  
Imagem da Autora, 2014

Os cubos dos bairros, como foi referido, têm dimensões maiores do que os dois de apresentação. Os elementos gráficos constantes no cubo do Bairro Padre Cruz (figura 211) foram organizados de acordo com as decisões dos seus jovens autores, aliás, como havia acontecido na exposição dos *posters*. Aqui os iniciados na fotografia também tiveram liberdade total na disposição dos elementos na superfície do cubo. Escolheram para fundo das faces do cubo uma cor sólida e clara e repartiram os temas fotografados pelas faces, duas com imagens de Belém e outras duas com fotografias da zona da Baixa Lisboeta, para além de uma terceira de apresentação do cubo e dos jovens fotógrafos.





Figura 211, *Cubo do Bairro Padre Cruz*, Imagem da Autora, 2014

Na face superior do cubo do Bairro Padre Cruz (figura 212), os jovens escolheram seis fotografias de Belém, na zona junto ao rio, onde se destacam cinco horizontais e uma vertical, todas com a mesma medida na vertical. As imagens são do jardim do Centro Cultural de Belém, da réplica do avião de Gago Coutinho e Sacadura Cabral (que viajou até ao Brasil) e do monumento de Homenagem Nacional aos Combatentes. Em baixo das imagens encontrava-se a legenda a preto com o título, o autor e a sua respectiva idade.



Figura 212, *Face Superior do Cubo do Bairro Padre Cruz*, Imagem da Autora, 2014

Na face frontal do cubo (figura 213), colocaram a frase “Lisboa no seu melhor” com um tipo de letra fantasia a preto. Também optaram por duas fotografias da zona da Baixa Lisboeta, uma da estátua de D. José I e de uma varina de Lisboa com legenda por baixo e, ainda, uma outra imagem com os jovens que participaram nos *workshops* e os respectivos nomes por baixo.



Figura 213, *Face Frontal do Cubo do Bairro Padre Cruz*,  
Imagem da Autora, 2014

Na face lateral direita (figura 214), relativa à descrita anteriormente, os jovens escolheram quatro fotografias da zona da Baixa de Lisboa e da Sé, sendo três imagens verticais e uma horizontal, todas com as mesmas dimensões; por baixo delas colocaram a legenda a preto, com o título, o autor e a sua idade.





Figura 214, *Face Lateral Direita do Cubo do Bairro Padre Cruz*,  
Imagem da Autora, 2014

Para a face lateral esquerda (figura 215), relativamente à face aqui considerada frontal, os jovens seleccionaram quatro imagens horizontais relativas à zona de Belém. Delas se destaca o Mosteiro dos Jerónimos, a Torre de Belém, a Praça do Império e a esfera armilar. Colocaram também, a legenda, seguindo a linha gráfica já utilizada anteriormente.



Figura 215, *Face Lateral Esquerda do Cubo do Bairro Padre Cruz*,  
Imagem da Autora, 2014

A face traseira do cubo do Bairro Padre Cruz (figura 216) consistiu numa imagem da Praça do Comércio com o Arco da Rua Augusta ao fundo e sobre esta imagem a ocupar a totalidade da face foi escolhida outra imagem com o Arco da Rua Augusta mais próximo. Deu-se assim, uma ideia de profundidade e de rasgo no horizonte que se acentua pelo maior destaque às figuras humanas nessa segunda representação no plano inferior esquerdo. Por baixo, desta última imagem foi colocada a legenda a branco.

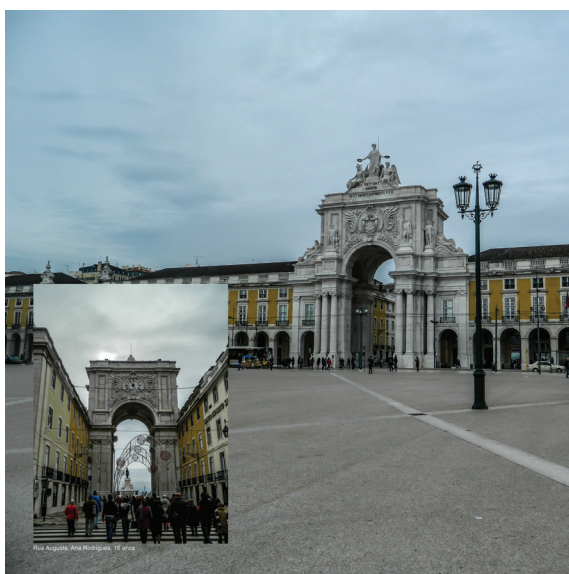


Figura 216, *Face Traseira do Cubo do Bairro Padre Cruz*,  
Imagem da Autora, 2014

Os jovens do Bairro Alta de Lisboa também tiveram a oportunidade de fazer as suas escolhas para o cubo (figura 217). Optaram por uma cor diferente para cada face, considerando que cada cor deveria estabelecer uma harmonia com as fotografias aí apostas, nomeadamente com o local onde tinham sido capturadas e o que esse sítio representava para eles a nível de cor.



Figura 217, *Cubo do Bairro Alta de Lisboa*, Imagem da Autora, 2014

A face superior do cubo do Bairro Alta de Lisboa (figura 218) foi considerada pelos jovens como a da sua apresentação. Assim sendo, sobre um fundo vermelho sólido, foi colocada ao meio uma fotografia com quase todos os participantes desta segunda fase do projecto. Nesta imagem os jovens estão sentados num parapeito do seu bairro e por cima da fotografia está o nome de cada um. Para além desta imagem central foram colocadas sete imagens com motivos e disposições diferentes, uma da autoria de cada participante como que a sair da face do cubo, ou seja, as imagens não aparecem de forma completa e são cortadas pelas bordas finais da face. Delas se destaca: a representação da escultura cimeira do arco da Rua Augusta; imagem e pormenor da estátua de D. José I; pormenor do Monumento aos Mortos da Grande Guerra; busto de actor de teatro Augusto Rosa; calçada portuguesa; e uma parcela de uma montra com objectos de porcelana.



Figura 218, *Face Superior do Cubo do Bairro Alta de Lisboa*, Imagem da Autora, 2014

As restantes faces do cubo do Bairro Alta de Lisboa foram cobertas com imagens segundo o percurso fotográfico efectuado pelos jovens e a cada face corresponde uma zona fotografada. A primeira, a zona do Marquês de Pombal e a Avenida da Liberdade, com cinco fotografias sobre o percurso feito (figura 219), podendo-se ver a estátua do Marquês e a fachada do hotel com o seu nome, bem como o alinhamento de prédios da Avenida da Liberdade, a estátua do poeta e prosador António Feliciano de Castilho e o pormenor de uma folha sobre a calçada. As imagens foram colocadas sobre um fundo verde sólido e têm todas a mesma largura, sendo uma vertical e quatro horizontais. Por baixo das imagens encontra-se a legenda a branco com o título, o autor e respectiva idade.



Figura 219, *Face Frontal do Cubo do Bairro Alta de Lisboa*, Imagem da Autora, 2014

A face lateral direita (figura 220), relativamente à antes descrita, tem três fotografias horizontais, duas alinhadas em cima com uma imagem em que se destaca a calçada portuguesa e ao fundo o Teatro D. Maria II e outra com um pormenor de uma das fontes oitocentistas da Praça D. Pedro IV popularmente conhecida como o Rossio e a terceira centrada em baixo, focando a parte central da fachada da Estação do Rossio, sobre um fundo azul. Por baixo de cada imagem encontra-se a legenda a branco, composta pelo título da imagem, o autor e a respectiva idade.

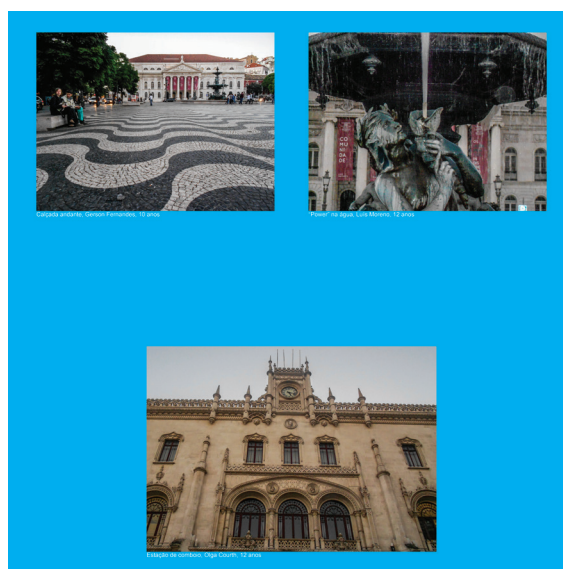


Figura 220, *Face Lateral Direita do Cubo do Bairro Alta de Lisboa*, Imagem da Autora, 2014



Continuando o percurso efectuado pelos jovens a face seguinte do cubo será a traseira (figura 221). Esta acolheu imagens da zona da Baixa Lisboeta, mais precisamente da Praça do Comércio, como o Arco da Rua Augusta, a estátua de D. José I, uma imagem do rio e do cais, elementos perenes que contrastam com o elemento inovador e sazonal constituído pela estrutura da árvore de Natal. As cinco fotografias foram colocadas sobre um fundo laranja, quatro horizontais dispostas nas pontas da face do cubo e uma vertical ao centro. Seguindo a mesma linha de composição gráfica, todas as imagens tinham a legenda nos moldes das anteriormente descritas.



Figura 221, *Face Traseira do Cubo do Bairro Alta de Lisboa*,  
Imagem da Autora, 2014

Assim, continuando a circular pelo cubo do Bairro Alta de Lisboa, a última face, neste caso a lateral esquerda (figura 222), a nível de organização gráfica, apresenta-se similar à face lateral direita, pois também para aqui foram escolhidas três imagens horizontais, dispostas duas em cima, referentes a partes do interior da Sé com especial relevo para as velas votivas, e uma em baixo centrada, representando as flores que adornam uma rua perto da Sé. Estas imagens, acompanhadas pela respectiva legenda, estavam sobre um fundo castanho e a zona repercute o caminho em Alfama até à Sé de Lisboa, o último local fotografado.

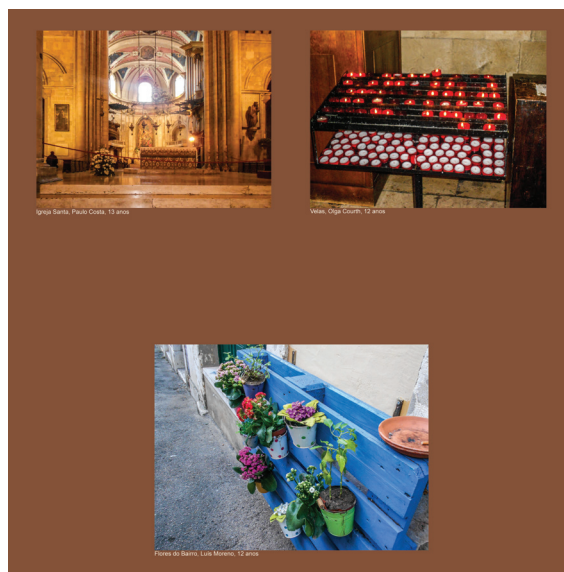


Figura 222, *Face Lateral Esquerda do Cubo do Bairro Alta de Lisboa*,  
Imagem da Autora, 2014

O grupo do Bairro da Boavista também fez as suas escolhas quanto à disposição e organização dos elementos gráficos. Rejeitaram a sua apresentação enquanto autores e do bairro de onde provinham, utilizando, assim, todas as faces para colocar imagens captadas por eles. A cor de fundo para as faces do cubo foi o azul (figura 223).



Figura 223, *Cubo do Bairro da Boavista*, Imagem da Autora, 2014



Na face superior do cubo do Bairro da Boavista (figura 224), os jovens escolheram nove fotografias, três de cada zona fotografada, Belém, Baixa e Alfama, que foram alinhadas em três filas verticais, cada fila com uma fotografia de cada zona. No sentido vertical, a fila da esquerda apresenta três visões distintas sobre a zona de Belém iniciando-se com um pormenor do ícone histórico do Padrão dos Descobrimentos e passando para a imagem de um tabuleiro de castanhas assadas ali à venda, denotando o intercâmbio que as gentes ali realizam, e culminando num elemento natural, uma árvore do Jardim das Oliveiras. A fileira central é dedicada ao Castelo de São Jorge que surge em registo paisagístico sucedendo-lhe um símbolo do actual turismo, um *Tuk Tuk*, contrastando com o passeio mais espontâneo de duas pessoas na zona do Cais da Praça do Comércio. A terceira fila, dedicada à área de Alfama e da Sé, inicia-se também com uma imagem abrangente da paisagem entre a cidade e o céu, passando ao registo de uma parte do interior da Sé e, por fim, a curiosa imagem *kitsch* de um cãozinho de loiça com recipientes com comida e água verdadeiros à porta de um estabelecimento de Alfama. Por baixo das imagens encontrava-se a legenda a branco, composta por título, o autor, a sua idade e zona fotografada.

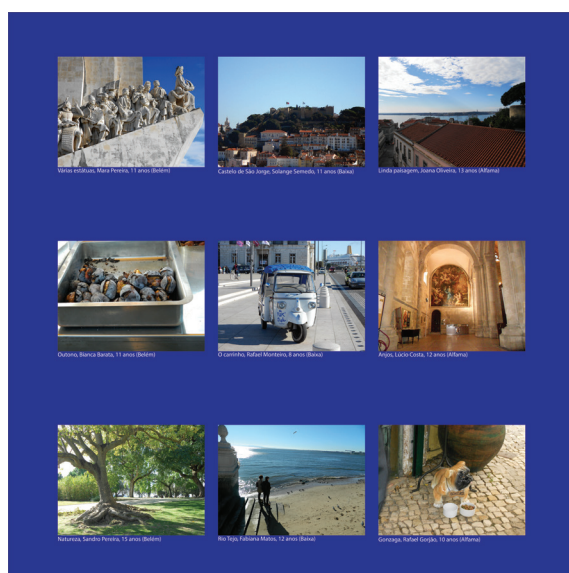


Figura 224, *Face Superior do Cubo do Bairro da Boavista*,  
Imagem da Autora, 2014

Na face frontal do cubo do Bairro da Boavista (figura 225), os jovens optaram por colocar três imagens horizontais de cada zona fotografada, duas em cima, a da esquerda com um enquadramento da cúpula dos Jerónimos e a da direita com uma imagem do Terreiro do Paço com a estátua de D. José I ao meio, e uma em baixo ao centro, mostrando a fachada da Sé com a sua rosácea. Seguindo a linha gráfica adoptada, por baixo das fotografias escolhidas foi colocada a respectiva legenda.

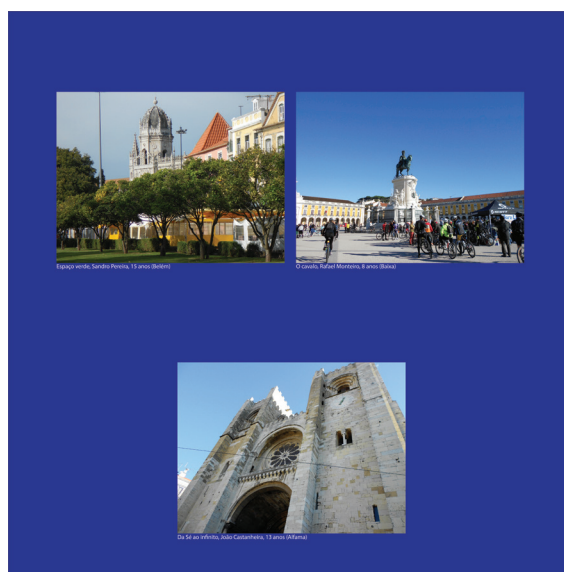


Figura 225, *Face Frontal do Cubo do Bairro da Boavista*,  
Imagem da Autora, 2014

Na face lateral direita (figura 226), relativamente à antes descrita, os jovens escolheram três fotografias verticais, duas em baixo e uma em cima. Também, aqui, cada imagem era representativa de cada uma das zonas onde os jovens foram fotografar, a colocada na parte superior a mostrar as bases dóricas de colunas da Sé e em baixo à esquerda um destaque ao eléctrico de Lisboa com os antigos ministérios do Terreiro do Paço em fundo, enquanto na da direita se encontra a estátua dedicada a Afonso de Albuquerque. Cada imagem apresenta a sua respectiva legenda por baixo.

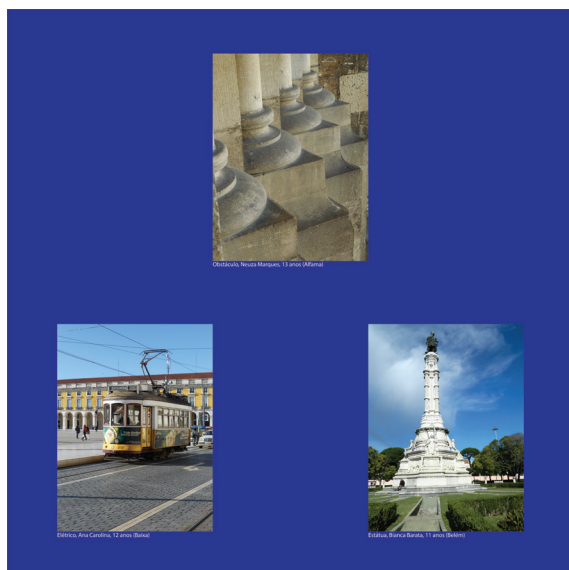


Figura 226, *Face Lateral Direita do Cubo do Bairro da Boavista*,  
Imagem da Autora, 2014

Na face lateral esquerda (figura 227), relativamente à face aqui considerada frontal, o grupo escolheu quatro fotografias horizontais, duas da zona de Alfama que ficaram na diagonal representando, nomeadamente, uma janela enfeitada de flores e exibindo o nome do próprio bairro, e outra mostrando em primeiro plano os carris e, mais ao fundo, o eléctrico que por ali passa; a outra linha diagonal apresenta na parte cimeira uma perspectiva da parte superior interna do Arco da Rua Augusta numa projecção alongada e outra com uma imagem do Pavilhão Tailandês sito no Jardim Vasco da Gama em Belém. As legendas seguem o fio condutor das faces anteriores.



Figura 227, *Face Lateral Esquerda do Cubo do Bairro da Boavista*, Imagem da Autora, 2014

A face traseira é constituída de um modo diferente das outras (figura 228), pela diversidade de pequenas imagens que a revestem. Tal deve-se ao facto de serem muitos os jovens a participarem e só ser possível, à maior parte deles, ter uma imagem com destaque nas outras faces. Assim, estas fotografias todas com idênticas pequenas dimensões e sem legenda produzem um efeito amalgamado mas reverberando visões multifacetadas das realidades que o grupo foi apreendendo da cidade ao longo dos seus passeios fotográficos. Poderia afirmar-se que se cria, assim, um efeito *patchwork*.



Figura 228, *Face Traseira do Cubo do Bairro da Boavista*, Imagem da Autora, 2014

Como se pode constatar, cada bairro seguiu a sua linha gráfica e fez escolhas consoante factores diferentes. O grupo do Bairro Padre Cruz optou por seguir um pouco o que já tinha feito nos seus *posters*, ou seja, ter uma apresentação dos jovens fotografos e, posteriormente, colocar as imagens nas faces por zonas fotografadas. O grupo do Bairro Alta de Lisboa também preferiu reservar uma face para apresentação dos jovens e depois colocaram as imagens nas restantes faces segundo a cronologia dos seus percursos. Ao contrário dos outros dois bairros, estes jovens decidiram que as faces deveriam estar coloridas em tons diferentes e que a cor seria escolhida consoante o que os locais lhes transmitiram. Os jovens do Bairro da Boavista, por serem em número superior ao dos outros grupos, optaram por não colocar uma face de apresentação e simplesmente mostraram as imagens que tinham captado ao longo das sessões de fotografia. Como eram mais e todos tiveram dificuldade nas escolhas das imagens a expor, a solução encontrada, uma face com diversas fotografias mais pequenas, fez com que o grupo se sentisse mais realizado com o trabalho final, pois o objectivo era mostrarem as imagens de sua autoria.

#### 4.2.4 CONCLUSÃO DA SEGUNDA FASE: ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS PARA INQUÉRITO

Concluídas as actividades teóricas e práticas inerentes ao “Projecto Moro Aqui ao Lado”, segunda fase, foi possível à autora consolidar a sua relação com os participantes. As várias sessões de trabalho, sobretudo as saídas do bairro com o intuito de captar imagens da realidade lisboeta deram azo a momentos de maior informalidade e proximidade entre ela, na sua qualidade de formadora, e os praticantes de fotografia. O estabelecimento dessa relação de maior proximidade resultou, em primeira instância, numa percepção da vivência de bairro mais autêntica. Por outro lado, os jovens ganharam consciência de que as barreiras (económicas, sociais ou outras) entre eles e os cidadãos exteriores aos bairros não são eternas, nem intransponíveis. Todavia, e à semelhança do que aconteceu ao concluir a primeira fase do projecto, também nesta segunda fase se efectuou um questionário para

38] O questionário pode ser visto no Apêndice IV: Questionário para Inquérito - Segunda Fase que se encontra no CD.

inquérito<sup>38</sup> aos jovens para determinar a sua receptividade face à iniciativa desenvolvida.

### Bairro Padre Cruz

No Bairro Padre Cruz três jovens participaram na segunda fase do ateliê de fotografia. (figura 229) A investigadora tentou comunicar com os restantes elementos, mas não teve sucesso, em parte devido aos contactos facultados já estarem desactualizados e por estar a decorrer o processo de realojamento. Conseguiu-se contactar estes três jovens porque tinham uma relação mais próxima com a Presidente da Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz. Assim, o grupo foi constituído por duas raparigas e um rapaz.

DIA NOME	04/11 Apresentação A Cidade	11/11	18/11 Conceitos Ritmo e Harmonia	25/11	02/12 Planificação e montagem de cubo	09/12 Conceitos Equilíbrio, Simetria e Contraste	16/12 Escolha, discussão e reflexão de fotografia	23/12 Escolha e legendagem de fotografias	30/12 Montagem de Layout final	Total
Ana Rodrigues	X	Não houve sessão	X	Não houve sessão	X	X	X	X	X	7
Inês Almeida	X	Não houve sessão	X	Não houve sessão	X	X	X	X	X	7
Rúben Pereira	X	Não houve sessão	X	Não houve sessão	X	X	X	X	X	7

Figura 229, *Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Padre Cruz – Segunda Fase, 2013*

Em relação às idades a média aproximada rondava os 13,6 anos (figura 230).

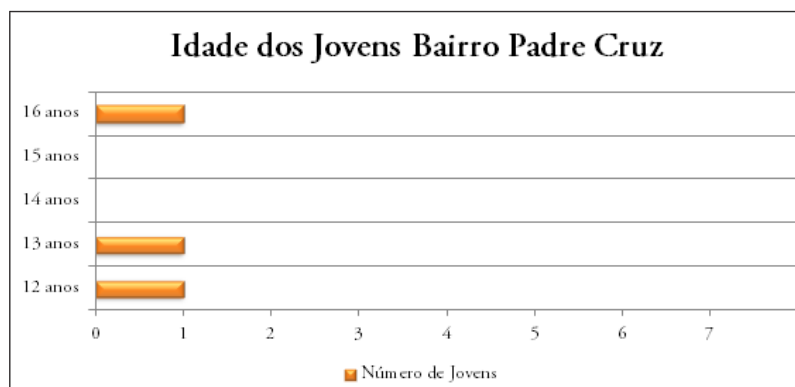


Figura 230, *Idade dos Jovens do Bairro Padre Cruz – Segunda Fase, 2013*

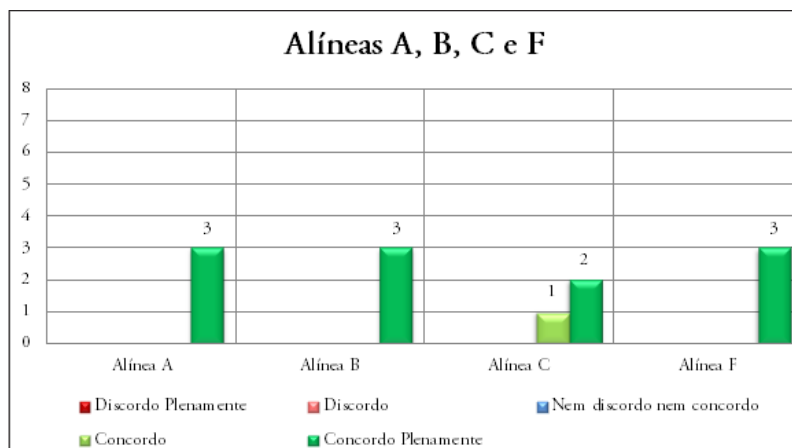
Os três participantes do Bairro Padre Cruz responderam ao questionário para inquérito da segunda fase, sendo assim feita uma análise às respostas dadas.

Depois das primeiras quatro perguntas identificadoras do respondente, as nº 5, 6, 7 e 8 visam fazer uma breve caracterização das condições sociais dos participantes na iniciativa. Assim, apurou-se que as famílias dos jovens são predominantemente monoparentais, sendo a mãe a presença dominante, fazendo parte do agregado familiar ascendentes (avós) e colaterais (tios). Todos os jovens têm pelo menos um irmão. Os pais trabalham no sector secundário; porém, normalmente só um elemento da família é que tem trabalho, estando o outro desempregado.

Relativamente à questão nº 9, sobre o motivo pelo qual frequentaram o curso, responderam que gostavam de fotografar e porque é engraçado.

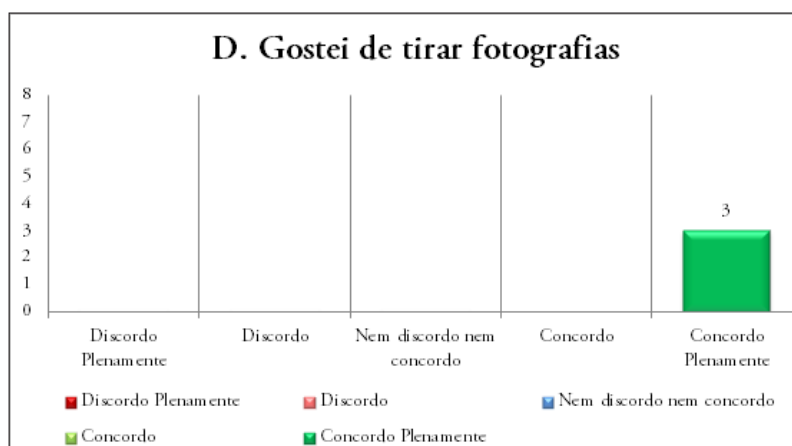
Em relação à pergunta nº 10, e devido à sua extensão, tal como aconteceu na análise da primeira fase, agruparam-se as alíneas de acordo com o assunto abordado. As alíneas A, “Senti algum interesse nas aulas”, B, “Gostei das aulas”, C, “Sinto que aprendi nestas aulas” e F, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, respeitam à participação dos jovens no ateliê de fotografia; por isso, foi elaborado um gráfico onde os respectivos resultados podem ser analisados em conjunto. No caso da alínea E e G relativas à exposição de fotografia também se reuniram os seus dados. A alínea D foi analisada separadamente. Para todas as referidas alíneas as opções de escolha de resposta eram: concordo plenamente, concordo, nem concordo nem concordo, discordo e discordo plenamente.



Figura 231, *Alínea A, B, C e F*, 2014

No gráfico (figura 231), as respostas às alíneas A), B) e F) foram unânimes, pois todos concordam plenamente que sentiram interesse e gostaram das aulas e que apreciavam se houvesse mais. A alínea C), sobre se sentiram que aprenderam nas aulas, dois responderam que concordavam plenamente e um que concordava, também aqui se verificando uma totalidade de resultados foram todos positivos. Assim, pode dizer-se que todos gostaram do ateliê de fotografia e que desejavam continuar a sua aprendizagem.

À alínea D, “Gostei de tirar fotografias” (figura 232), as respostas também foram todas concordo plenamente, sendo este muitas vezes o motivo pelo qual se inscreveram no ateliê, isto é, poderem utilizar uma máquina e fotografar, objecto que muitos não possuíam.

Figura 232, *Alínea D. Gostei de tirar fotografias*, 2014

Em relação às alíneas E, “Gostei de participar numa exposição de fotografia” e G, “Pretendo futuramente ver mais exposições de fotografia” (figura 233), dois jovens responderam concordo plenamente e um concordo. Mais uma vez as respostas foram todas positivas, sendo notório que gostaram de elaborar e organizar a sua exposição, neste caso, o seu cubo.

Apurou-se também o grau de interesse suscitado nos jovens com a realização da exposição e todo o contacto com a fotografia. Foi evidente que se abriram novos horizontes a estes jovens através da aprendizagem efectuada e o gosto em mostrar os seus sucessos.

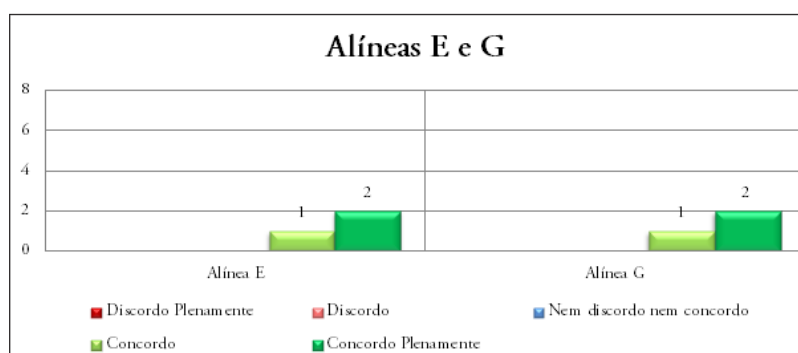


Figura 233, Alínea E e G, 2014

À questão nº 11, “o que mais gostaste de fazer nas aulas de fotografia”, responderam que gostaram de fotografar Lisboa e de encontrar novas paisagens.

Relativamente à pergunta nº 12, sobre quais os locais fotografados, responderam Baixa e Belém.

“O que mais gostaram de fotografar” (pergunta nº 13) foi o Arco da Rua Augusta, O Padrão dos Descobrimentos e o Mosteiro dos Jerónimos. Já relativamente ao que gostariam de fotografar no seu bairro (pergunta nº 14), os jovens responderam o miradouro porque tem uma paisagem linda, o Clube Atlético e Cultural porque também faz parte do bairro, tendo havido uma jovem que respondeu nada por considerar ter esgotado os seus interesses na primeira fase do projecto.

Sobre o local fora do bairro que gostariam de fotografar (pergunta nº 15), responderam Sintra, por ser uma cidade com bastantes monumentos, embora não referissem tratar-se de uma

cidade Património Mundial, no âmbito da categoria “Paisagem Cultural”; apontaram, também, o Castelo de São Jorge por dele se ver toda a Lisboa.

À pergunta nº 16 sobre se tinham ido ver a exposição “Moro Aqui ao Lado”, todos responderam afirmativamente. Os motivos apontados (pergunta nº17) foram o desejo de ver as suas fotografias e as dos colegas. O que mais gostaram de ver (pergunta nº18), a maioria das respostas não discrimina entre as fotografias apreciadas, havendo uma jovem que destaca as fotografias a preto e branco da autoria tanto dos seus colegas como dos jovens dos outros bairros.

Como fotografia preferida (perguntas nº 19 e 20), indicam “Torre de Belém” de Ana Rodrigues, porque se vê a torre inteira e transmite alegria; “Descolagem” de Rúben Peixoto que é a imagem de um avião e dá a sensação de movimento; e “Uma direcção” de Ana Rodrigues, que consiste numa estrada com prédios, que transmite um sentido da vida.

#### **Bairro Alta de Lisboa**

No Bairro Alta de Lisboa, nesta segunda fase do ateliê de fotografia, participaram sete jovens e seis responderam ao questionário para inquérito, havendo assim, apenas uma jovem, Fabiana Gomes, que não respondeu porque não permaneceu até às sessões finais, devido a ter outra actividade em horário coincidente. Deste grupo três jovens já tinham frequentado a primeira fase do projecto. No total, o ateliê foi constituído por duas raparigas e cinco rapazes, verificando-se predominância masculina (figura 234).

DIA	07/11 Apresentação A Cidade	13/11 Passeio Fotográfico	20/11 Conceitos Ritmo e Harmonia	27/11 Passeio Fotográfico	04/12 Conceitos Equilíbrio, Simetria e Contraste Planificação e montagem do cubo	11/12 Escolha, discussão e reflexão de Fotografias e layout	18/12 Montagem de Layout final	Total
NOME								
Fabiana Gomes	X	X	X					3
Gerson Fernandes	X	X	X		X		X	5
Luís Moreno	X	X	X		X	X	X	6
Olga Courth	X	X	X	X	X	X	X	7
Paulo Costa			X	X	X	X		4
Rúben Melo	X	X	X	X	X	X	X	7
Tiago Tavares	X	X	X	X	X	X	X	7

Figura 234, *Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro Alta de Lisboa – Segunda Fase, 2013*

Em relação às idades, a média foi de 12 anos, como se verifica pelo quadro seguinte (figura 235).

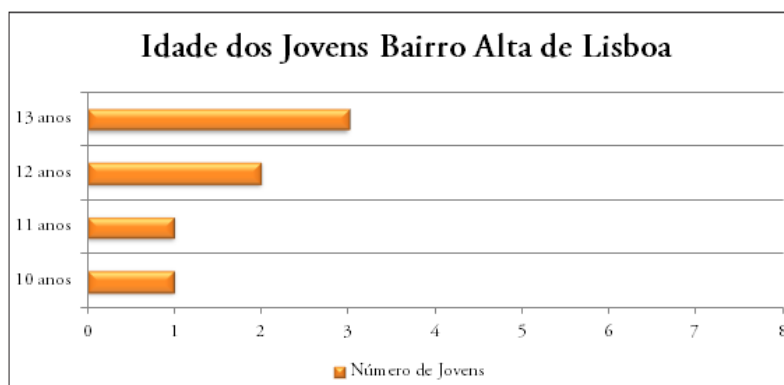


Figura 235, *Idade dos Jovens do Bairro Alta de Lisboa – Segunda Fase, 2013*

Como anteriormente referido, as perguntas da nº 5 à nº 8 visam fazer uma breve caracterização das condições sociais dos jovens participantes na iniciativa. As suas famílias são predominantemente monoparentais, sendo a mãe a presença mais recorrente, tal como a de ascendentes (avós) e colaterais (tios). Todos os jovens têm pelo menos dois irmãos, havendo mesmo jovens com cinco e sete irmãos. Os pais trabalham, ambos, no sector secundário.

Relativamente à questão nº 9, sobre o motivo pelo qual frequentaram o curso, responderam que gostavam de fotografar, aprender e porque é engraçado.

Em relação à pergunta nº 10, como referido, agruparam-se as alíneas de acordo com o assunto em foco. As alíneas A, “Senti algum interesse nas aulas”, B, “Gostei das aulas”, C, “Sinto que aprendi nestas aulas” e F, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, incidem todas na participação dos jovens durante o ateliê de fotografia; por isso, foi elaborado um gráfico onde se podem analisar as respostas em conjunto. Também no caso da alínea E e G relativas à exposição de fotografia os seus dados foram reunidos e as respostas analisadas juntamente. A alínea D foi analisada separadamente. As opções de escolha de resposta eram: concordo plenamente, concordo, nem concordo nem discordo, discordo e discordo plenamente.

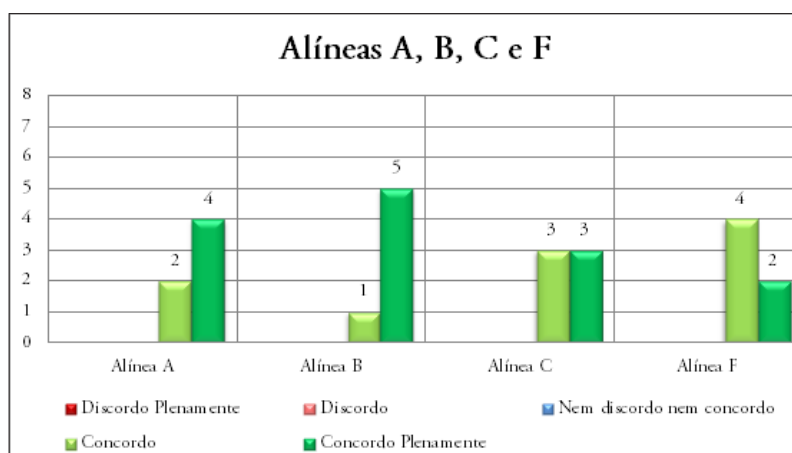


Figura 236, Alínea A, B, C e F, 2014

No gráfico (figura 236), pode ver-se que todas as alíneas obtiveram respostas positivas, isto é, todos os jovens responderam às questões concordo plenamente ou concordo. À alínea A), quatro jovens responderam concordo plenamente e dois concordo; logo, todos sentiram interesse pelas aulas de fotografia. À alínea B), cinco jovens responderam concordo plenamente e um concordo, sendo assim, todos gostaram das aulas do ateliê. À alínea C), três jovens responderam concordo plenamente e outros três concordo, ou seja, os jovens sentiram que aprenderam nas au-

las. À alínea F), dois jovens responderam concordo plenamente e quatro concordo à pergunta se gostariam de ter mais aulas. Pode afirmar-se, pois, que todos gostaram do ateliê de fotografia e que continuavam se houve mais aulas.

À alínea D, “Gostei de tirar fotografias” (figura 237), as respostas também foram todas concordo plenamente. O principal motivo pelo qual muitos destes jovens se inscreveram no ateliê foi para poderem utilizar uma máquina e fotografar, objecto que muitos não possuíam. Assim, viram estes *workshops* como uma oportunidade de praticarem uma actividade cujos resultados puderam apreciar quase de imediato.

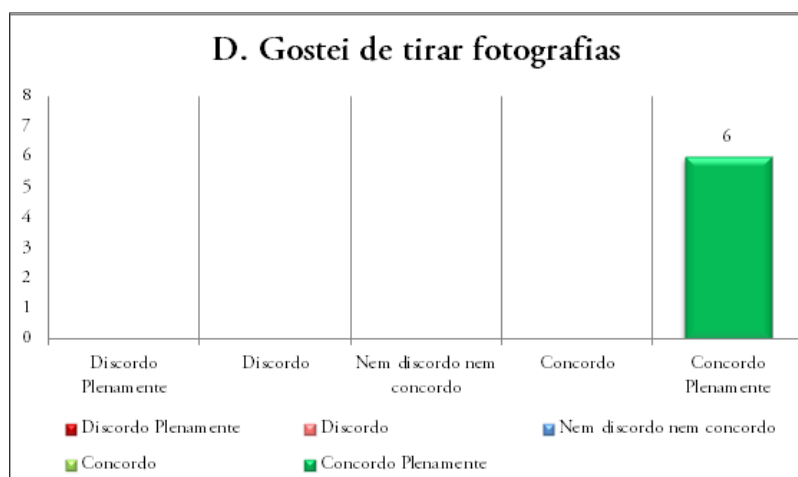
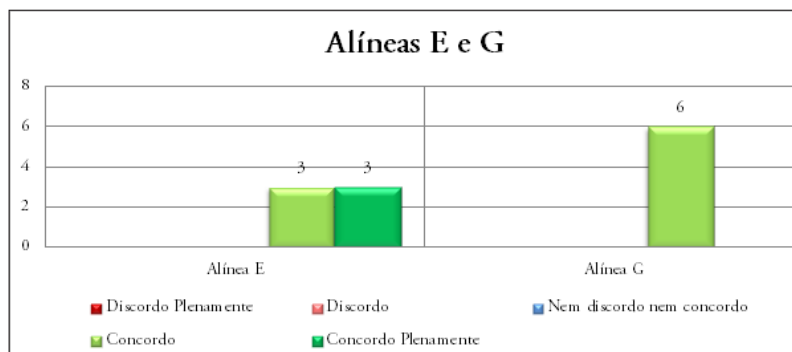


Figura 237, Alínea D. Gostei de tirar fotografias, 2014

Em relação às alínea E, “Gostei de participar numa exposição de fotografia” e G, “Pretendo futuramente ver mais exposições de fotografia” (figura 238), verifica-se que houve boa receptividade a tudo o que envolveu a exposição com respostas sempre positivas. Todavia, há a salientar a diferença entre as respostas à alínea E), com três concordo plenamente e outros três concordo, e na alínea G), em que todos respondem concordo. Eventualmente poderá inferir-se uma certa dúvida em relação ao planeamento futuro.

Figura 238, *Alínea E e G*, 2014

À questão nº 11, “o que mais gostaste de fazer nas aulas de fotografia”, responderam que gostaram de aprender a fotografar, de fotografar Lisboa e coisas novas.

Relativamente à pergunta nº 12, sobre quais os locais fotografados indicaram o Marquês de Pombal, Baixa e Alfama.

Quanto ao que mais gostaram de fotografar (pergunta nº 13) foi o Rossio e a sua fonte, a Praça do Comércio e os barcos no rio e a Sé que consideraram muito bonita. Relativamente ao que gostariam de fotografar no seu bairro (pergunta nº 14), os jovens responderam: o jardim, porque gostam de ir para lá; o seu prédio; e outros responderam que já tinham fotografado o que mais apreciavam na primeira fase do projecto.

Sobre o local fora do bairro que gostariam de fotografar (pergunta nº 15), destacaram Belém, porque tem jardins bonitos ou porque queriam fotografar a Torre de Belém e não houve oportunidade de ir lá durante esta segunda fase do projecto, apesar de ser um local proposto pelos jovens. A impossibilidade de concretizar esse seu desejo ficou a dever-se à dificuldade em arranjar transporte e condutor voluntário para os levar, como aconteceu em outros locais.

À pergunta nº 16 sobre se tinham ido ver a exposição “Moro Aqui ao Lado”, todos responderam afirmativamente. Os motivos invocados (pergunta nº17) foram o desejo de ver o trabalho final e como as fotografias, suas e dos colegas, tinham resultado. O que mais gostaram de ver (pergunta nº18) confirma essa intenção pois indicaram ser as suas fotografias e as dos outros colegas participantes.



Como fotografia preferida (pergunta nº 19) indicaram “Calçada Andante” de Gerson Fernandes, pelo efeito da calçada portuguesa que parece representar ondas; “Barco no Rio Tejo” de Tiago Tavares, por ser bonita e pela calma que transmite; “Velas” de Olga Courth, que dá a sensação de calor e “‘Power’ na água” de Luís Moreno, pela força do jorro da água que transmite uma sensação de poder.

### **Bairro da Boavista**

No Bairro da Boavista, nesta segunda fase do ateliê de fotografia, quinze jovens participaram nos passeios fotográficos fora do bairro; destes, nove responderam ao questionário. Contudo, nos *workshops* realizados no bairro a assistência foi bem maior, havendo uma média de vinte e cinco jovens por sessão. Todavia, nem sempre os participantes mantiveram uma frequência regular visto que alguns, principalmente os mais velhos, não eram autorizados pelos voluntários da AHEAD a participar nas sessões quando tinham de fazer os trabalhos de casa ou estudar para os testes, ficando numa sala à parte até finalizarem os seus deveres. Deste grupo só um jovem se manteve da primeira para a segunda fase do projecto. Considerando os jovens mais assíduos no decorrer do ateliê (quinze), o quadro seguinte mostra que este núcleo foi constituído por oito raparigas e sete rapazes verificando-se, portanto, predominância do género feminino (figura 239).

DIA NOME	07/11 Apresentação Conceitos de Ritmo e Harmonia	14/11 A Cidade	18/11 Planificação e montagem de cubo	28/11 Conceitos Equilíbrio, Simetria e Contraste	05/12 Planificação e montagem do cubo Escolha, discussão e reflexão de Fotografias	12/12 Legendagem das fotografias	19/12	23/01/14 Montagem de Layout final	Total
Ana Carolina	X	X	X				Não houve sessão		3
Bianca Barata	X	X	X	X	X	X	Não houve sessão	X	7
David Rafael	X		X	X	X	X	Não houve sessão		5
Fabiana Matos	X	X	X	X	X	X	Não houve sessão	X	7
Gonçalo Geraldes	X	X	X	X	X	X	Não houve sessão	X	7
Joana Geraldes	X	X	X	X	X	X	Não houve sessão	X	7
Joana Oliveira	X	X		X	X	X	Não houve sessão		5
João Castanheira	X		X	X	X	X	Não houve sessão		5
Lúcio Costa	X		X		X	X	Não houve sessão		4
Mara Pereira	X			X		X	Não houve sessão	X	4
Neuza Marques	X		X	X	X	X	Não houve sessão	X	6
Rafael Gorjão	X		X	X	X		Não houve sessão	X	5
Rafael Monteiro	X		X	X	X	X	Não houve sessão	X	6
Sandro Pereira	X			X	X		Não houve sessão		3
Solange Semedo	X		X	X	X		Não houve sessão	X	5

Figura 239, Mapa de Presenças no Ateliê de Fotografia Bairro da Boavista –  
Segunda Fase, 2013

Verificou-se que a média de idades era de 11 anos (figura 240). Este grupo assinala uma maior diferença de idades entre os jovens, havendo um com seis anos e outro com quinze. Isto

deve-se ao facto de o apoio escolar ser para todos os jovens desde o 1º até ao 3º Ciclo, portanto, todos os que estavam presentes, independentemente da sua idade, participavam nas actividades de fotografia.

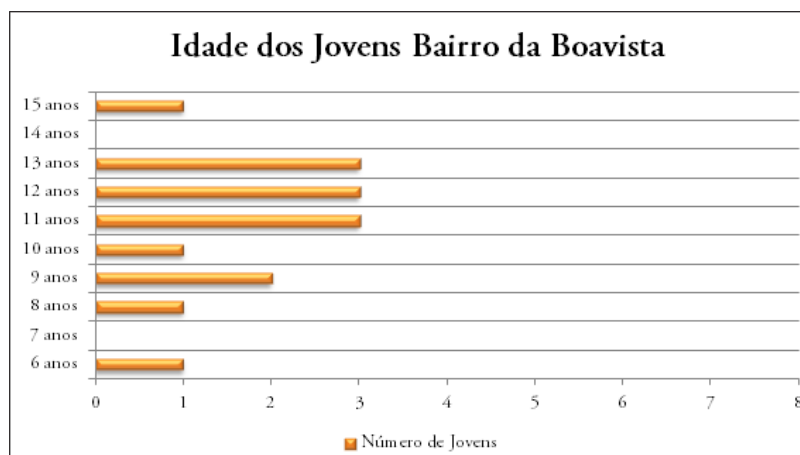


Figura 240, *Idade dos Jovens do Bairro da Boavista – Segunda Fase, 2013*

As perguntas nº 5 à nº 8 visam fazer uma breve caracterização das condições sociais dos jovens participantes na iniciativa. A maior parte dos jovens vive com a mãe e o pai ou padrasto e outros pertencem a famílias monoparentais, sendo a mãe a presença mais recorrente. A maioria tem dois irmãos, embora também haja jovens com cinco e sete irmãos. Os pais trabalham no sector secundário, porém, normalmente só um elemento da família é que tem trabalho, estando o outro desempregado.

Relativamente à questão nº 9, sobre o motivo pelo qual frequentaram o curso, as respostas variaram, desde o facto de gostarem de fotografia, a quererem aprender mais e a fotografar correctamente, ou o gosto de passear, ou ainda simplesmente por se tratar de uma actividade que fazia parte do apoio escolar.

Em relação à pergunta nº 10, como anteriormente referido, agruparam-se as alíneas de acordo com o assunto dominante. As alíneas A, “Senti algum interesse nas aulas”, B, “Gostei das aulas”, C, “Sinto que aprendi nestas aulas” e F, “Gostava de ter mais aulas de fotografia”, incidem todas sobre a participação dos jovens durante o ateliê de fotografia, pelo que foi elaborado um gráfico onde as respectivas respostas podem ser analisadas em conjunto. Também no caso das alíneas E) e G) relativas à exposição de

fotografia os seus dados foram reunidos e as respostas analisadas juntamente. A alínea D foi analisada em separado. As opções de escolha de resposta eram: concordo plenamente, concordo, nem concordo nem concordo, discordo e discordo plenamente.

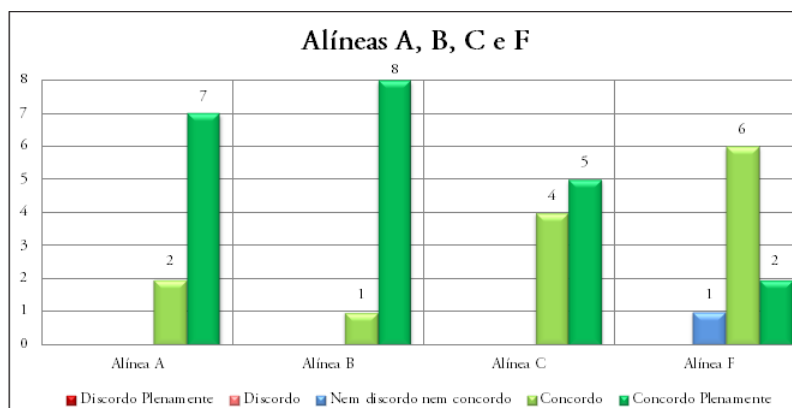


Figura 241, Alínea A, B, C e F, 2014

Tal como aconteceu com os outros dois bairros, as respostas às alíneas indicadas no gráfico (figura 241), foram positivas. À alínea A), sete jovens responderam concordo plenamente e dois concordo. À alínea B), oito responderam concordo plenamente e um concordo. À alínea C), cinco responderam concordo plenamente e quatro concordo. À alínea F) dois concordam plenamente, seis concordo e um nem discorda nem concorda. Assim, notou-se que os jovens sentiram interesse e gostaram das aulas de fotografia, tendo também considerado ter aprendido e, na sua maioria, gostariam de ter mais aulas, pois apenas um jovem não tem opinião (nem discorda nem concorda).

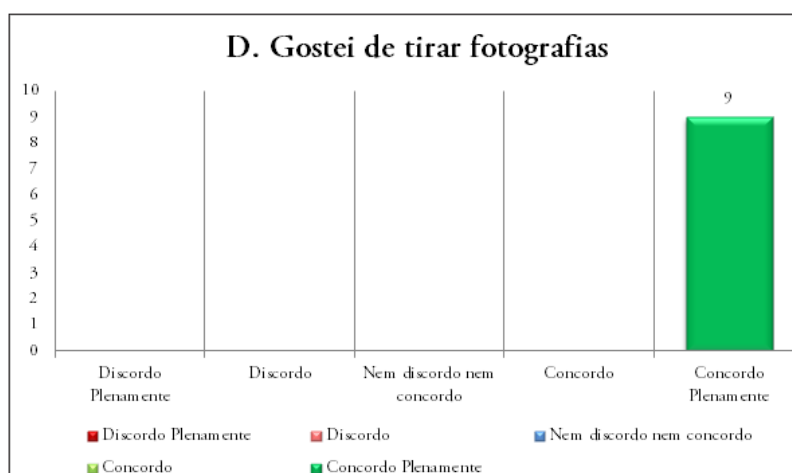


Figura 242, Alínea D. Gostei de tirar fotografias, 2014

À alínea D, “Gostei de tirar fotografias” (figura 242), tal como aconteceu nos outros bairros, as respostas foram todas concordo plenamente, denotando havendo uma satisfação geral em todos os bairros por terem tirado fotografias com uma máquina digital, algo a que nem sempre têm acesso. Para além disso, os jovens gostaram da confiança que neles foi depositada, isto é, a responsabilidade de terem na sua posse um objecto valioso, uma máquina fotográfica e com ela poderem tirar as fotografias que desejassem.

Em relação às alíneas E, “Gostei de participar numa exposição de fotografia” e G, “Pretendo futuramente ver mais exposições de fotografia” (figura 243), todos os jovens responderam concordo plenamente à alínea E), demonstrando mais uma vez a reacção positiva. No entanto, quando projectam uma intenção futura (alínea G) as opiniões oscilam, tendo um jovem respondido concordo plenamente, cinco concordo e três nem discordam nem concordam.

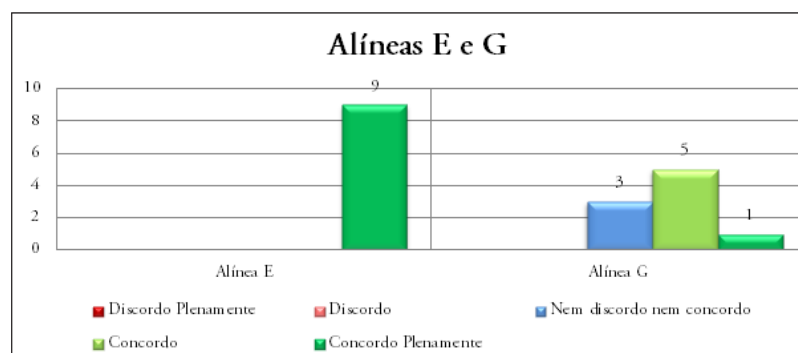


Figura 243, Alínea E e G, 2014

À questão nº 11, “o que mais gostaste de fazer nas aulas de fotografia” responderam que gostaram de sair do seu bairro para fotografar Alfama e Belém.

Relativamente à pergunta nº 12, sobre quais os locais fotografados, responderam a Baixa, Alfama e Belém, locais visitados por estes jovens durante os *workshops*, embora divididos em três grupos.

O que mais gostaram de fotografar (pergunta nº 13) foi Alfama, porque andaram por ruas estreitas, a Sé por ser de pedra e bonita, o Renter da Guarda em Belém, o Museu do Fado, pelas

fotografias dos cantores, o Gonzaga por ser um cão de loiça, os pormenores das estátuas, um *graffiti* composto pela frase “mais amor sff” sito na Rua da Glória que lhes despertou o interesse, e o Castelo de São Jorge. Já relativamente ao que gostariam de fotografar no seu bairro (pergunta nº 14), os jovens responderam o seu prédio, a entrada do bairro, o campo de futebol, o pavilhão, a piscina e a parede [não identificada] com os seus nomes.

Sobre o local fora do bairro que gostariam de fotografar (pergunta nº15), indicaram Belém por ter vários sítios bonitos e a praia.

À pergunta nº 16, sobre se tinham ido ver a exposição “Moro Aqui ao Lado”, oito responderam afirmativamente e um negativamente, por esquecimento. Os jovens que a visitaram (pergunta nº17) queriam ver as suas fotografias e também as dos colegas. O que mais gostaram de ver (pergunta nº 18) foram as fotografias do seu cubo, isto é, as suas fotografias e as dos seus colegas já montadas.

Como fotografia preferida (pergunta nº 19), referiram “Da Sé ao Infinito” de João Castanheira, porque transmite grandeza; “A Aventura no X”, de Gonçalo Geraldês, por ter sido da autoria do irmão da respondente e transmitir uma sensação de altura; “Natureza”, de Sandro Pereira, por representar um jardim com árvores fortes; “Obstáculo”, de Neuza Marques, porque transmite ritmo; “Gonzaga”, de Rafael Gorjão, por ser um cão de loiça; “As flores lindas”, de Joana Geraldês, por ter flores e transmitir alegria; “Outono”, de Bianca Barata, por mostrar o tempo das castanhas e “Estátua”, de Bianca Barata, pelo seu motivo. Embora as respostas sejam expressas de forma concisa e pouco elaborada, em geral revelam sensibilidade a aspectos da natureza, a circunstâncias imbuídas de ironia, como se verifica pelo interesse despertado pelo absurdo de um cão de loiça com recipiente de alimentos verdadeiros a seu lado e a noção de perenidade representacional da escultura.

39] O questionário pode ser visto no Apêndice V: Questionário Online que se encontra no CD.

Também foi elaborado um pequeno questionário *online*<sup>39</sup> divulgado na página do *facebook* do projecto, ao qual responderam 174 pessoas. À primeira pergunta, “concorda com este tipo de actividades artísticas que envolvam os jovens?”, todos respon-

deram que sim. As suas justificações foram semelhantes, de entre as quais se salientam as seguintes:

- “é uma boa forma de ocupar os adolescentes e de lhes mostrar uma alternativa a estarem em casa fechados a jogar ou em redes sociais ou em actividades que possam conduzir a situações menos legais. Além de que lhes permite desenvolver a sua criatividade e imaginação”;

- “porque é bastante didáctico desenvolvendo muito a capacidade de concentração e aprendem a observar tudo o que rodeia”;

- “estas actividades têm vários aspectos positivos: alertar os jovens para aquilo que os rodeia e desenvolver o seu sentido estético. Descobrem capacidades que nem acreditam ter!”;

- “incentiva os jovens a envolverem-se em actividades culturais as quais ao serem resultado de um trabalho de conjunto determinam ligações estreitas entre os participantes. Espera-se que o público, em particular se reveja no objecto da actividade cultural, seja incentivado à prática de actividades colectivas, potencialmente de âmbito cultural”;

- “é importante para o desenvolvimento dos jovens, participarem neste tipo de actividades, onde podem partilhar a sua criatividade e aprender novas formas de expressar pensamentos e sentimentos, neste caso tudo isto através da fotografia”;

- “actividades artísticas mostram ao jovens que podem criar algo único eles próprios, dando uma alternativa às actividades de consumir (ou destruir)”;

- “é importante dar-lhes conhecimentos em diversas áreas para lhes dar opções em que se possam expressar e comunicar com outras pessoas”;

- “sim, é importantíssimo que os jovens tenham contacto



com a arte para que a possam compreender e valorizar. Só assim é possível fazer com que a cultura em Portugal seja cada vez mais valorizada/apreciada e os jovens, enquanto adultos de amanhã, têm um papel preponderante nesse sentido”.

A média de idade dos indivíduos que responderam ao questionário foi 40 anos, com predominância do sexo masculino. A profissão ou ocupação é variada, pois responderam pessoas de diversas áreas entre as quais saúde, artes, tecnologia, educação e comércio: médicos, professores, designers, desempregados, reformados e estudantes. A área de residência é Lisboa e seus arredores. Apesar da variedade profissional, etária e residencial dos respondentes, como se pode constatar pelos exemplo registados, o público demonstra uma consciência bem desperta para as questões da socialização e da formação dos jovens provindos de bairros mais fechados e ressalta um tom optimista perante a hipótese de esta nova geração progredir e prosperar, o que trará também um retorno a todos os títulos positivo para a sociedade num sentido global.

A experiência obtida através do “Projecto Moro Aqui ao Lado”, primeira e segunda fase, consubstanciou, como se pode verificar, mais do que uma vertente. Se, por um lado, permitiu um contacto inter-espacial na realidade citadina aproximando jovens ainda em fase formativa residentes em bairros em si mesmos fechados e, simultaneamente, esquecidos da demais população, por outro, lado viabilizou o teste de recorrer a ferramentas de índole artística, neste caso a fotografia e o design, como objecto de aprendizagem e via de socialização.

Poderia dizer-se que assim se conseguiam concretizar dois objectivos: levar a estes grupos juvenis conhecimento de algo que está fora dos seus percursos curriculares habituais e incutir neles a curiosidade perante o que é alheio à sua rotina e à sua zona habitual. Incutiu-lhes também princípios de abordagem de objectos de interesse, pela positiva ou pela negativa, e de ordenação lógica e esteticamente conseguida de uma variedade de dados.

Estas linhas pedagógicas propiciaram uma prática de uma actividade que despertou interesse nos grupos envolvidos, até

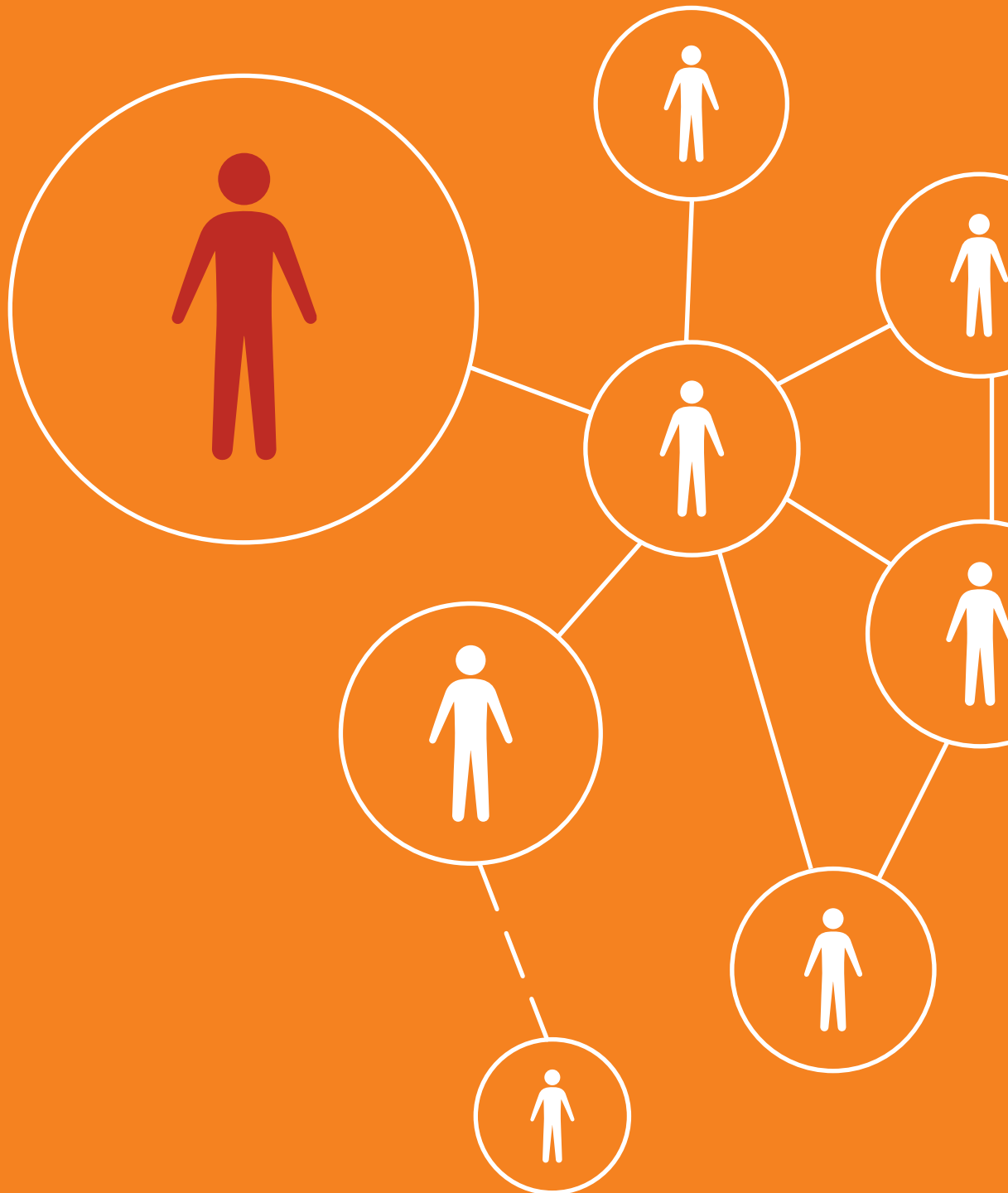
porque a sua natureza permitia observar o resultado da obra feita muito rapidamente, não dando tempo a desânimos ou momentos de desinteresse. Pelo contrário, a metodologia seguida permitiu quase um percurso de caça ao tesouro, com início na sala e dali partindo para as ruas do bairro e para a cidade maior.

O facto de terem a oportunidade de mostrar as suas conquistas a um público em boa parte desconhecido, além de também desenvolver neles hábitos de trabalho em equipa e princípios organizativos importantes em qualquer ramo de actividade, fomentou a sua auto-estima enquanto artistas fotográficos cuja obra era susceptível de ser admirada por olhos estranhos.

Será prematuro tirar ilações mais profundas do impacto que, em termos de socialização, a experiência pode promover. No entanto, as várias respostas aos questionários distribuídos, por vezes com respostas demasiado curtas porque apressadas ou tímidas, também deixou neles um rasto de interrogações quanto aos modelos relacionais a desenvolverem, ou não, nos seus bairros.

Tratou-se de uma experiência pioneira em termos nacionais que envolveu representantes da edilidade, pedagogos no âmbito da educação pela arte e membros de associações cívicas com diferentes capacidades para, em equipa, concretizarem a proposta que a autora deste projecto lhes apresentou. As reacções foram de bom acolhimento e de um esforço conjunto para ultrapassar obstáculos e conseguir chegar junto dos núcleos comunitários com que se pretendia interagir.

Embora, ainda em aberto poderá afirmar-se que, pelo cômputo geral dos dados aduzidos quer desses questionários, quer do contacto da própria investigadora e dos seus colaboradores com os grupos de participantes, o projecto afirma-se pela positiva. Deixa também uma nota de esperança em futuros desenvolvimentos destinados a promover a melhoria da vida destes bairros através da arte, abrindo-se à possibilidade de conceber novos projectos investigativos que aprofundem estes desígnios.





## Considerações Finais

---



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente tese procurou mostrar ao longo dos seus capítulos como o design poderia contribuir para a inclusão social de grupos até aí vítimas de discriminação ou marginalização. Recorreu-se à fotografia, enquanto matéria a ser pedagogicamente transmissível e artisticamente apresentada a outrem, para cativar tanto os que se interessaram por aprender esta forma artística como aqueles que, posteriormente, puderam observar a obra feita. Tratou-se da criação e do desenvolvimento de um projecto pioneiro levado a cabo em três bairros sociais da cidade de Lisboa, Bairro Padre Cruz, Bairro da Alta de Lisboa Centro e Bairro Novo do Calhariz (Bairro Alto da Boavista). O intuito consistia em levar grupos de adolescentes a saber utilizar uma máquina fotográfica para retratar o seu espaço comunitário, numa primeira fase, e a cidade em geral, numa segunda fase, como processo de consciencialização das suas identidades individuais e do seu sentido de cidadania.

O design constituiu a pedra fundante deste projecto na medida em que determinou os princípios a serem aplicados quer na composição fotográfica, quer nas estratégias expositivas que se utilizaram.

O design, na sua vertente de design participativo, desde logo aproximou elementos exteriores às comunidades dos bairros e seus residentes, criando pontes, primeiro de natureza pedagógica e técnica, mas que rapidamente evoluíram para uma relação humanizada já apontando para o desígnio da inclusão. Neste aspecto seria o design social que viria a tornar-se hegemónico seguindo as estratégias de envolvimento tal como Andrew Shea (2012) indicou: a necessidade de imersão na comunidade; o firmar de laços de confiança através de uma atitude fidedigna e de identificação com a própria comunidade, tanto do ponto de vista humano, ouvindo os seus membros, como do ponto de vista material, ou seja, usando os seus recursos e apoiando-se nas suas valências. Só assim se podia cumprir o próprio significado do conceito de design social que é o design centrado no ser humano.

Este projecto, de índole social, esteve sempre imbuído de

um propósito educativo através da arte. Neste aspecto, a prática da fotografia funcionou como uma expressão artística acessível a grupos de jovens em situação problemática e sem qualquer conhecimento prévio desta área. Na verdade, a educação pela arte tem-se revelado um instrumento eficaz não só no desenvolvimento das mentes e das personalidades dos educandos, mas também na recuperação de laços sociais que as barreiras físicas, económicas e de estatuto social têm vindo a erguer no seio da urbe. Neste sentido, um exercício artístico, especificamente o exercício da fotografia, pelas suas potencialidades de representação do real, tem um impacto expectável que não é despidendo.

De um modo pragmático, pode afirmar-se que, ao introduzir a fotografia no quotidiano do(s) indivíduo(s), se está a permitir-lhe(s) viajar no tempo, indo do seu passado até ao vislumbre do futuro. Mais, permite-lhe(s) tomar consciência de conteúdos que, de outra forma, permaneceriam inescrutáveis, convicção que Eisner (2004), ao abordar a questão da educação pela arte, corrobora.

Aspectos técnicos do ensino/aprendizagem da fotografia também constituíram passos necessários para a concretização das obras fotográficas cujos conteúdos revelaram a sensibilização dos jovens participantes no projecto em condições e questões comunitárias. Este processo de aquisição de conhecimentos sobre os modos de fotografar enquadra-se no modelo metodológico e teórico para projectos de investigação-acção participativos tal como foi explorado por Caroline Wang e Mary Ann Burris, o método designado *photovoice* que aposta em actividades de índole comunitária integradas no processo de investigação para que indivíduos de grupos sociais em risco ou excluídos possam ganhar novas competências (Wang & Burris, 1997).

Nas palavras de Sontag, “... as fotografias proporcionam a posse imaginária de um passado irreal, também ajudam a dominar o espaço em que as pessoas se sentem inseguras” (Sontag, 2012, p.17)<sup>1</sup>. A capacitação relevada pela autora prende-se com uma noção de controlo do passado, fazendo do indivíduo um *voyeur* da sua realidade pretérita ao mesmo tempo que constrói uma memória que enriquece a sua própria identidade. Todavia, Vilém Flusser (1998) vai mais longe ao atribuir ao fotógrafo a

1] Edição no original Sontag, S. (1977). *On Photography*. Nova Iorque: Farrar, Straus and Giroux. No presente trabalho utilizou-se a tradução de Sontag, S. (2012). *Ensaios sobre Fotografia*. Trad. José Afonso Furtado. Lisboa: Quetzal.



possibilidade de descobrir novas potencialidades que não se cingem à manipulação do aparelho, antes podendo transpor-se para outras situações. Foi precisamente nesse sentido que o “Projecto Moro Aqui ao Lado” usou a educação pela fotografia como meio de incutir nos jovens participantes noções tão importantes do ponto de vista individual e social como a entre ajuda, o espírito de iniciativa, a organização e a inovação, o saber trabalhar em equipa e a responsabilidade que advém da perseguição de um qualquer projecto.

Qualquer obra de natureza artística não se fica pelo acto, criativo requerendo o diálogo com o outro, com o receptor. Neste sentido, a exposição das obras desenvolvidas pelos jovens fotógrafos do “Projecto Moro Aqui ao Lado” ganharam vida nas exposições que tiveram lugar no jardim em frente ao Museu da Electricidade, de 11 de Julho a 4 de Agosto de 2013, na Assembleia Municipal de Lisboa, de 30 de Junho a 4 de Julho de 2014, no Centro Cultural de Carnide de 29 de Maio a 17 de Junho de 2014 e na Feira da Luz, em Carnide de 30 de Agosto a 28 de Setembro de 2014.

Expor constituiu, pois, o segundo momento de aprendizagem após a prática da fotografia com base nos ensinamentos teóricos que os vários formadores associados ao projecto haviam transmitido aos praticantes. Assim, afigurou-se necessário explorar modelos expositivos, em especial em espaço aberto, na medida em que seria em espaço público aberto que, em maioria, o conjunto de obras realizadas pelos jovens integrados neste projecto, iriam ser exibidas.

Sem descurar a herança museológica que subjaz às actuais formas de expor, procurou-se visar a relação entre obra e espaço público visto que também se procurava salientar o carácter de arte pública dos contributos providos dos jovens fotógrafos. Seguindo o que para McKenna-Cress & Kamien (2013) constituem as características essenciais de uma exposição, usou-se material real<sup>2</sup> representado nos trabalhos para, através dele, propiciar aos públicos experiências autênticas de facetas cidadinas que, amiúde, lhes passam despercebidas; fazê-lo em espaço público conferiu-lhe uma dimensão social activa, passível de alterar aspectos menos

2] Na acepção utilizada por McKenna-Cress & Kamien em McKenna-Cress, P. & Kamien J. A. (2013). *Creating Exhibitions: Collaboration In The Planning, Development, And Design Of Innovative Experiences*. Nova Jérsea: John Wiley & Sons, Inc.

3] T.L. de: ... but contemporary socially-engaged art is now also proving a fifth column within the structures it inhabits, which sees it playing its own effective part in shaping new and more inclusive social agendas for the future.

4] Estes dois autores têm utilizado a cidade como uma sala de aula em diferentes partes do mundo, tais como Croácia, Estados Unidos da América e Turquia.

positivos da realidade contemporânea. A opção por áreas expositivas abertas induziu uma reflexão sobre a natureza da arte pública e da sua capacidade de intervenção nos modelos de cidadania vigentes. Victor Correia, na sua obra *Arte Pública – Seu significado e função*, estabelece essa correlação de forma explícita problematizando, inclusive, a politização da arte pública em diversos momentos (Correia, 2013). Para o projecto em estudo afigurou-se particularmente relevante a noção de arte pública ou arte urbana no sentido para que Tipton (2006) aponta ao salientar o papel da arte e da cultura na transmissão de valores e convicções da ideologia dominante no passado, mas, sobretudo, o seu papel na mudança social: “... mas a arte contemporânea socialmente comprometida está também a comprovar ser uma quinta coluna nas estruturas que ocupa, tendo um papel próprio efectivo ao dar forma a programas sociais para o futuro novos e mais inclusivos”<sup>3</sup> (Tipton, 2006, p.3).

A exposição em espaço aberto implicou, também, ter em atenção os conceitos de cidade e bairro na sua dimensão sociológica, tendo em conta os processos de exclusão e as tentativas de inclusão que a actual complexidade urbana acarretam. Se a cidade de Lisboa, área escolhida para o “Projecto Moro Aqui ao Lado”, traduz uma realidade caracterizada por vivências distintas a confluírem no espaço da capital, o presente estudo focaliza-se nas comunidades de três bairros sociais lisboetas que mostram sinais claros de pobreza, económica e informativa e, consequentemente, uma deficiente cidadania. Com eles contrastam as zonas gentrificadas, quer pela presença de turistas estrangeiros, quer pela opção de residência de grupos sociais situados num plano estatutário mais elevado. Para diminuir a distância que separa os primeiros destes últimos, a educação pela arte surge como um instrumento eficaz para converter esses residentes de bairro em cidadãos em plenitude.

Foi neste sentido que se pretendeu que jovens provenientes de bairros sociais com características de discriminação tanto económica como formativa e, portanto, social, se envolvessem na aprendizagem da fotografia. Segundo Deborah L. Smith-Shank & Ismaís Ozgur Soganci (2011)<sup>4</sup>, a cidade torna-se assim uma imensa sala de aula, no caso do presente estudo para o aprendiz

de fotógrafo e também, aquando das exposições, para os seus visitantes, levando-os a interagir com a identidade da cidade de um modo diferente. Numa primeira fase do projecto foi-lhes solicitado que fotografassem aspectos do seu dia-a-dia no bairro onde vivem com o propósito de serem mostradas a outras pessoas exteriores à sua comunidade. Efectivamente, desde início, o trabalho desenvolvido com estes jovens oscilou entre uma endogenia, isto é, uma progressiva consciencialização da sua vida entre os muros do seu bairro, no sentido que Eisner (2004) atribui à percepção sensorial do mundo através das artes; e uma exogenia que viria a acontecer com a exibição do produto artístico da sua autoria em espaço público.

Os locais registados pelos jovens participantes foram testemunhos inovadores para muitos dos que contemplaram aquelas imagens. Trazendo a realidade dos três bairros participantes a públicos que lhes eram alheios, mostraram-se sensibilidades diferentes: imagens, desde a da escola à da igreja que os jovens fotógrafos frequentam, até à da paragem do autocarro ou do chão que todos os dias pisam, elas mostraram recantos dos bairros, habitualmente olhados com desconfiança por parte de quem os vê de fora, criando até nos próprios moradores o estigma de que são diferentes. Agora, as representações fotográficas propiciaram uma nova perspectiva.

O título dado ao projecto, “Moro Aqui ao Lado” sublinha, precisamente este processo de aproximação entre minorias de bairro discriminadas ou excluídas e os Outros que vivem fora dessa área circunscrita do bairro social.

Os casos de estudo apresentados traçam a cronologia das aprendizagens, teóricas e práticas do acto de fotografar e o exercício de olhar o pedaço de mundo circundante como se fosse pela primeira vez. O sentido da descoberta, primeiramente em área familiar e depois em zonas da cidade em que a maioria dos jovens nunca tinha tido oportunidade de se aventurar, traduziram interesses e, até, prioridades experienciais que podem parecer fúteis ao receptor proveniente de outra moldura cultural. Contudo, as sessões de fotografia realizadas nos três bairros denunciaram, desde logo, essas diferentes percepções da materialidade circundante, assim indi-

ciando outras condições existenciais que despertavam tais reações.

As exposições fotográficas efectuadas em 2013 e 2014 não só cumpriram o estabelecido desde início entre a autora do projecto e os seus participantes, mantendo assim o vínculo de confiança entretanto estabelecido, como levaram a públicos variados o conhecimento de problemas sociais que envolvem colectivos, estigmatizando indiferentemente os habitantes das áreas consideradas perigosas ou de risco, sem atender às raízes daquela circunstância social nem ao perfil de cada indivíduo. De facto, as relações pessoais e sociais assumem um papel crítico nos bairros, pois funcionam como locais fechados onde é necessário criar laços de confiança para, posteriormente, se construírem os canais de interacção que abrem caminho à aprendizagem e à mudança.

A mostra das imagens captadas por estes fotógrafos amadores, depois organizadas segundo os princípios do design, em cubos (segunda fase) reproduziam no seu multifacetado a variedade das experiências adquiridas. Ao fazê-lo, chamavam para “o seu lado” os visitantes dessas exposições, estabelecendo um diálogo cujas repercussões só no futuro poderão ser medidas com rigor. Para já, o interesse suscitado pelo projecto entre representantes da edilidade lisboeta, fotógrafos formadores, patrocinadores e outros elementos da sociedade que, de forma directa ou indirecta, se envolveram sobretudo na fase da organização das exposições, indica um caminho para a sensibilização de indivíduos de outros enquadramentos sócio-económicos para estas bolsas de exclusão. É um primeiro passo de um longo caminho que, nem sempre, se apresentará de forma linear, mas o potencial interventivo das imagens recolhidas e organizadas para as exposições, e a sua permanência em espaço aberto, pode conferir-lhes a classificação de arte pública. De acordo com Miles (1997), esta arte pública ou urbana destaca a noção de activismo e envolvimento, quer do artista, quer dos múltiplos e diversos receptores.

O activismo referido por Miles a propósito do papel do artista e dos receptores envolvidos na produção e apreciação de objectos de arte pública ou urbana pode consubstanciar-se em intervenções junto de comunidades problemáticas com o intuito de investir os membros dessas comunidades das competências necessárias e

suficientes para os retirar da situação de exclusão social. Esta foi a proposta *photovoice*, desenvolvida por Wang & Burris que implica a educação pela arte na metodologia adoptada no seu projecto.

A questão da educação pela arte tem, aliás, suscitado um debate aceso entre por exemplo Marián López Fernández-Cao, María Del Río Diéguez, Ana Eva Iribas Rudín, Guillermo García Lledó, Matilde Mollá Giner, Catalina Rigo Vanrell, Julio Romero Rodríguez, Miguel Domínguez & Rosaura Navajas Seco (2010), no que respeita a metodologias que promovam o desenvolvimento intelectual, ético e cívico de crianças e adultos em risco de exclusão, considerando os referidos investigadores que será possível criar novas narrativas que invistam estes indivíduos marginalizados de novas capacidades e transforme os espaços expositivos em agentes de mudança. Mais especificamente a fotografia é frequentemente utilizada para fins educativos, na medida em que reverbera narrativas seja através de fotografias independentes, seja em séries de fotografias, isto é uma sequência visual congruente<sup>5</sup>.

Ao serem aplicados os princípios do design na elaboração das fotografias e de todo o processo de construção, os jovens adquiriram bases e regras, isto é, métodos de organização da informação e princípios de transmissão factual e estética, susceptíveis de serem utilizados noutras situações, e também acreditaram que é possível exporem as suas “obras” para outros verem. Basta haver alguém que acredite neles e que os ajude ao longo do processo, pois já em diversas ocasiões foram marginalizados, ou simplesmente ignorados por pessoas e instituições, perdendo a confiança nos indivíduos que surgem provindos do exterior à sua comunidade.

O facto de as fotografias serem expostas em zonas exteriores aos bairros ou em zonas de grande circulação de público também propicia que outros indivíduos vejam o que é possível fazer e, por outro lado, sublinha o princípio democrático de que todos os jovens têm direito às mesmas oportunidades. Só assim se pode erradicar o estigma que ainda prevalece entre os jovens destas comunidades mais ou menos fechadas e que os leva a duvidarem das suas próprias capacidades, bem como das pessoas exteriores aos bairros que, por seu turno, nutrem preconceitos sobre os ditos bairros e sobre os seus habitantes, quase fomentando uma guetização.

5] Sobre os modelos narrativos fotográficos aplicados a projectos educativos consulte Marín, R. & Roldán, J. (2010). “Photo essays and photographs in visual arts-based educational research”. In *International Journal of Education Through Art*, Vol. 6, Nº1, pp.7-23.

Em suma, como já foi referido, tentou criar-se um modelo que possa ser aplicado em outros bairros marcados pela exclusão da sociedade, tanto em Portugal, como em qualquer ponto deste mundo globalizado.

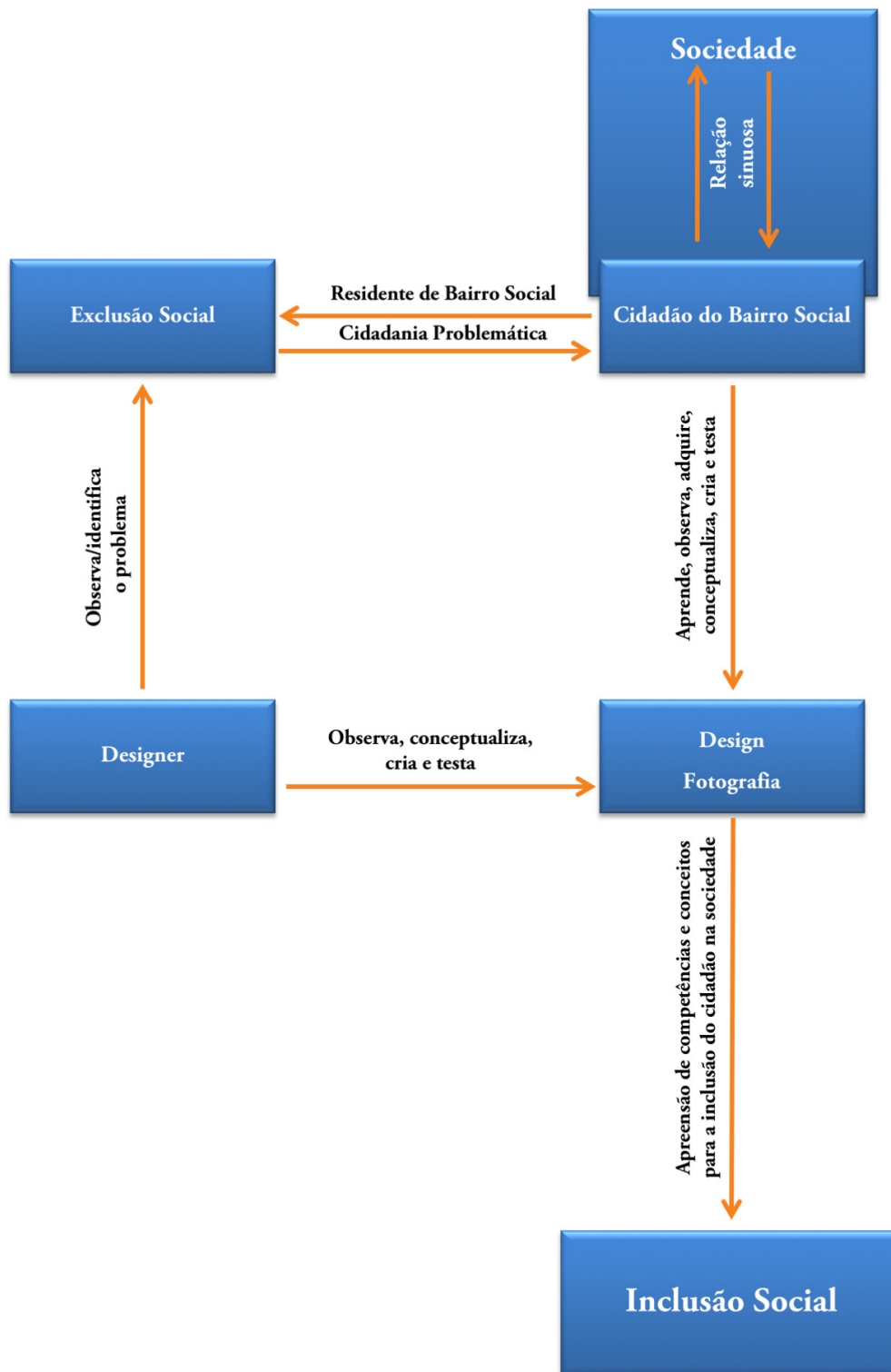


Figura 244, *Modelo de Design para a Inclusão Social*, Imagem da Autora, 2016

O diagrama (figura 244) destina-se a mostrar um plano para a inclusão social através do design e da fotografia. O cidadão do bairro social tem, frequentemente, uma relação sinuosa com a sociedade entendida numa perspectiva alargada, sendo constantemente marginalizado e, por vezes, mesmo ostracizado. O indivíduo que reside no bairro social é amiúde rotulado de cidadão problemático, o que, desde logo, o converte num excluído social.

Diversos problemas podem estar na origem dessa exclusão e cabe ao designer, pela sua preparação, observá-los e identificá-los e ajudar a corrigir e/ou ultrapassar tantos quantos estiverem ao seu alcance. Com esse intuito, o designer deve estabelecer laços com o cidadão do bairro social, por forma a que, juntos, lhes seja possível chegar à resolução dos problemas identificados de acordo com as expectativas do(s) residente(s) do bairro. Ou seja, mediante o uso das suas ferramentas, o designer irá propiciar as condições necessárias a uma participação activa por parte dos moradores para chegarem conjuntamente à melhor solução para aquela comunidade.

Ao trabalhar com crianças e jovens, ainda que não sendo necessariamente o caminho mais fácil, pode conseguir-se capacitá-los com instrumentos úteis para o seu futuro. Como afirma Eisner, “plantar as sementes é uma das contribuições que os professores fazem para o desenvolvimento dos seus alunos; porém, nem sempre se pode prever quando vão frutificar essas sementes”<sup>6</sup> (Eisner, 2004, p.98).

Os jovens que beneficiam destes projectos de desenvolvimento pessoal e colectivo ajudam a transformar os seus agregados familiares e, subsequentemente, o seu bairro, de modo a que este se torne mais incluso na sociedade. Como afirma Albagli,

a promoção da inovação é frequentemente vista como algo desvinculado da promoção do desenvolvimento local e da inclusão social. Contudo, tais objectivos não são excludentes, e tratá-los de forma conjunta para o desenvolvimento de um dado território tende a gerar resultados mais consistentes e de mais longo prazo (Albagli, 2006, p.19).

6] T.L. de: plantar las semillas es una de las contribuciones que hacen los enseñantes al desarrollo de sus alumnos; pero no siempre se puede predecir cuándo van a fructificar esas semillas.



Através de um processo de trabalho interactivo, em que o público participa dinamicamente junto com os artistas fotográficos, constrói-se uma aproximação real entre a representação artística e a vida e, desta forma, provocar ou, no mínimo, contribuir para provocar uma mudança social. Como diz T. S. Eliot:

...da sociedade só podemos dizer: ‘nós tentaremos melhorá-la neste ou naquele aspecto, onde o excesso ou a escassez seja evidente; nós devemos tentar ao mesmo tempo abarcar tanto na nossa perspectiva, que possamos evitar que, ao corrigir algo, possamos prejudicar outra coisa’. Mesmo isto é expressar uma aspiração maior do que a que conseguimos alcançar, pois é tanto ou mais devido ao que fazemos parcelarmente sem perceber ou prever as consequências que a cultura de uma era difere daquela que a precedeu<sup>7</sup> (Eliot, 1948/1979, p.20).

7] T.L. de: ...of society we can only say: ‘we shall try to improve it in this respect or the other, where excess or defect is evident; we must try at the same time to embrace so much in our view, that we may avoid, in putting one thing right, putting something else wrong’. Even this is to express an aspiration greater than we can achieve: for it as much, or more, because of what we do piecemeal without understanding or foreseeing the consequences, that the culture of one age differs from that of its predecessor.

As futuras gerações, de facto, podem apreender a realidade não só do colectivo isolado em que os seus pais e avós viveram, mas uma realidade alargada, mais adequada ao mundo globalizado em que se vive actualmente.

O principal objectivo do modelo de design para a inclusão social é criar mecanismos de intervenção que induzam à participação dos habitantes, estabelecendo relações de cooperação e parceria entre artista(s) e comunidade.

Ao privilegiar aspectos sociais, em lugar de valorizar apenas a condição estética das obras a expor, releva-se o processo que decorre da experiência colectiva, mais do que propriamente o trabalho resultante: “o que nos parece importante, para além das consequências do projecto, é entender o modo como este pode estimular a criação de novas formas de diálogo e a interacção entre os indivíduos” (Regatão, 2007, p.117).

No Modelo de Design para a Inclusão Social o principal é o desenvolvimento de um projecto que venha dar mais valor aos jovens dos bairros problemáticos, tantas vezes ignorados e incentivá-los a valorizarem-se e a entenderem que podem auferir das mesmas oportunidades que outros indivíduos com melhores condições vivenciais e, por consequência, ser possível a sua inserção na sociedade em geral.

Esta proposta abarca, como referido, três bairros sociais na área de Lisboa. Todavia, o retrato sócio-económico do país, ou até apenas da capital lisboeta, é inevitavelmente mais vasto e com especificidades diversas. Assim, a autora tem consciência que se trata de um passo numa longa caminhada ainda em muito por realizar.

Também o recurso à fotografia como ferramenta preferencial do projecto de design participativo constituiu uma escolha vantajosa e, a vários títulos útil e acessível aos participantes nos seus diversos papeis; no entanto, esta escolha não é excludente do recurso a outras expressões artísticas inerentes à arte urbana cujas manifestações têm vindo a crescer e a tornarem-se mais notórias. Há, pois, uma vasta área de reflexão e análise para continuar a aprofundar a condição de cidadania no século XXI.

Se, em 1989 se derrubou o Muro de Berlim, unificando duas culturas que as vicissitudes históricas tinham separado, (embora assistamos actualmente ao erguer de novos muros fruto das conturbações globais), cumpre-nos, em escala mais modesta, contribuir para o derrube dos muros que persistem em separar mentalidades existentes na nossa urbe. É neste sentido que o design social pode contribuir de forma a conjugar vontades na reordenação material e política das comunidades:

Design é compor um poema épico, executar um mural, pintar uma obra de arte, escrever um concerto. Mas design é também limpar e reorganizar uma gaveta, extrair um dente incluso, (...) e educar uma criança”.

Design é o esforço consciente e intuitivo de estabelecer uma ordem com sentido<sup>8</sup> (Papanek, 2009, p. 4).



Figura 245, *Muro*, autor desconhecido, s.d., (<http://ceafa.com.br/blog/wp-content/uploads/buraco-no-muro.jpg>)

8] T.L. de: Design is composing an epic poem, executing a mural, painting a masterpiece, writing a concerto. But design is also cleaning and reorganizing a desk drawer, pulling an impacted tooth, (...) and educating a child. Design is the conscious and intuitive effort to impose meaningful order.



## Referências

---



## REFERÊNCIAS

### CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS

\_\_\_\_\_. *Jornal Oficial da União Europeia* (2008/C 141/10). In [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:42008X0607\(02\)&from=PT](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:42008X0607(02)&from=PT). Consultado em Março de 2018.

Albagli, S. (2006). “Conhecimento, inclusão social e desenvolvimento local”. In *Inclusão Social*, Brasília, vol. 1, nº2, Abr./Set, pp. 17-22.

Appadurai, A. (2006). *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham, NC: Duke University Press.

Avrami, E., Mason, R. & Torre, M. (2000). “Report on Research”. In *Values and Heritage Conservation, Research Report*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.

Bahia, S. (2002). “Da Educação à Arte e à Criatividade”. In *Revista Sobredocação*, vol. 3, nº2. Braga: A.N.E.I.S. – Associação Nacional para o Estudo e a Intervenção na Sobredocação.

Benker, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press, p.98.

Bennett, T.; Grossberg, L. & Morris, M. (2008). “Other”. *New Keywords - A Revised Vocabulary of Culture as Society*. Londres: Blackwell Publishing, p. 249-251.

Brooker, P. (2003). *A Glossary of Cultural Theory*. 2ª ed. Londres: Hodder Headline Group.

Capucha, L. (2010). “Inovação e justiça social: políticas activas para a inclusão educativa”. In *Sociologia, problemas e práticas*, n.º 63, pp. 25-50.

Cavaye, J. (2004). *Governance and Community Engagement – The Australian Experience. Participatory Governance: Planning, Conflict Mediation and Public Decision Making in Civil Society*. Lovan, W.R., Murray, M. & Shaffer, R. (eds.). Aldershot: Ashgate Publishing Limited, pp. 85- 102.

Coletto, D. (2010). “A Importância da Arte para a Formação da

Criança”. In *Revista Conteúdo*, vol.1, nº3, Jan./Jun. São Paulo: NPCC – Núcleo de Produção Científica e Cultural, pp. 137-152.

Contumélias, M. (2008). *Uma aldeia na Cidade – Telheiras, o que é hoje e como se produz um bairro?*. Tese de Doutoramento, Departamento de Sociologia. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

Cordeiro, G. & Figueiredo, T. (2012). “Intersecções de um bairro online. Reflexões partilhadas em torno do blogue Viver Lisboa”. In *A Cidade entre Bairros*. Casal de Cambra: Caleidoscópio.

Costa, A. B. da. (1998). *Exclusões Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Creswell, J. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. 3ª ed. Los Angeles: Sage Publications inc.

Dawson, C. (2012). *Introduction Research Methods: A practical guide for anyone undertaking a research Project*. 4ª ed. Oxford: Howtobooks.

Dewey, J. (2012). *L'art comme expérience*. Collection Folio essais (nº 534). Trad. Jean-Pierre Cometti et alii. Saint-Amand-Montrond: Gallimard.

Dias, M. C. (2010). *Os beneficiários do Rendimento Social de Inserção: trajetórias sociais e processos de inclusão*. Tese de Mestrado. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Durkheim, É. (1951). *Suicide. A study in sociology*. Nova Iorque: The Free Press.

Eça, T. (2010). “Educação através da Arte para um Futuro Sustentável”. In *Cadernos Cedes*, vol.30, nº80, Jan.-Abr. Campinas: Centro de Estudos Educação e Sociedade, pp. 13-25.

Eco, U. (1989). *A Obra Aberta*. Trad. João Rodrigo Narciso Furtado. Lisboa: DIFEL.

Eisner, E. W. (2004). *El arte y la Creación de la Mente: El Papel de las Artes Visuales en la Transformación de la Conciencia*. Barcelona: Editorial Paidós.

Eisner, E. W. (2009) “El museo como lugar para la educación”. In



*Congresso Internacional. Los museos en la educación. La formación de los educadores.* Madrid: Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, pp. 12-21.

Eliot, T. S. (1979). *Notes Towards the Definition of Culture*. Londres: Faber and Faber Limited.

Fernandes, A. T. (1995) “Etnicização e racização no processo de exclusão social”. In *Sociologia*, vol. 5, n.º I, pp. 7-67.

Fernández-Cao, M. C.; Diéguez, M. R.; Rudín, A. E. I.; Lledó, G. G.; Giner, M. M.; Vanrell, C.V.; Rodríguez, J. R.; Domínguez, M. & Seco, R. S. (2010). “Social functions of art: Educational, clinical, social and cultural settings. Trying a new methodology”. In *International Journal of Education Through Art*, Vol. 6, Nº3, pp. 397-412.

Festas, D. (2010). *Educação pela Arte em Criança com Doença Oncológica*. Tese de Mestrado. Escola Superior de Educação Paula Frassinetti, Porto.

Freedman, K. (2003). *Teaching Visual Culture: Curriculum, Aesthetics and the Social Life of Art*. Nova Iorque: Teachers College, Columbia University.

Freitas, F. (2013). *História e Memórias do Bairro Padre Cruz - Construir cidade à escala humana*. Lisboa: Junta de Freguesia de Carnide.

Giddens, A. (2006). *O Mundo na Era da Globalização*. Trad. Saul Barata. Lisboa: Editorial Presença.

Glass, R. (1964). Introduction. *London: Aspects of Change*. Londres: MacGibbon & Kee.

Guerra P. & Quintela, P. (2007). “A Cultura como alavanca de inclusão e de participação social: uma nova geração de políticas públicas de proximidade”. In *First International Conference of Young Urban Researchers CIES – Centre for Research and Studies in Sociology*, Lisboa, pp. 1-22.

Guerra, I. (2001). “Intervenções face à exclusão social urbana : uma luta inglória”. In *Cidades comunidades e territórios*, nº2, Centro de Estudos Territoriais - ISCTE-IUL, Junho, pp. 47-56.

- Guerra, P. (2002). “A cidade na encruzilhada do urbano”. In *Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica*, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, pp. 69-119.
- Guerra, P. (2012). “A Cidade Inclusiva”. In *Desafios da Governação das Cidades para o Século XXI*, Eixo Atlântico, pp. 351-383.
- Hobsbawm, E. (2000). *The New Century: In conversation with Antonio Polito*. Trad. Allan Cameron. Londres: Little Brown and Company.
- Jauss, H. R. (2002). *Pequeña apología de la experiencia estética*. Trad. Daniel Innerarity. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nova Iorque: New York University.
- Jenkins, H. (2010). *Sites of Convergence: An Interview for Brazilian Academics (Part Two)*. In [http://henryjenkins.org/2010/10/sites\\_of\\_convergence\\_an\\_interv\\_1.html](http://henryjenkins.org/2010/10/sites_of_convergence_an_interv_1.html). Consultado em Março de 2016.
- Kinder, K. & Harland, J. (2004). “The arts and social inclusion: what’s the evidence?”. In *Journal Customer Services*, Vol. 19, Nº 2, pp. 52-56.
- Labandeiro, I. (2004). *A vida num cerco: Exclusão Social – Um Estudo de Caso e Histórias de Vida no Bairro do Cerco do Porto*. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Laurie, T. & Khan, R. (2017). “The Concept of minority for the study of culture”. In *Continuum Journal of Media & Cultural Studies*, vol. 31, Issue 1, pp. 1-12, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304312.2016.1264110?journalCode=ccon20>. Consultado em Maio de 2018.
- Lefebvre, H. (2012). *O Direito à Cidade*. Trad. Rui Lopo. Lisboa: Livraria Letra Livre.
- Lynch, K. (1999). *A Imagem da Cidade*. Col. Arte & Comunicação. Trad. Maria Cristina Tavares Afonso. Lisboa: Edições 70.
- McAllister, C. L.; Wilson, P. C.; Green, B. L. & Baldwin, J. L. (2005). “Come and take a walk”: Listening to Early Head Start

parents on school-readiness as a matter of child, family, and community health”. In *American Journal of Public Health*, Vol. 95, N.4, pp. 617-625.

Pegado, E. (1999). “Exclusão social nas áreas metropolitanas: alguns indicadores estatísticos de enquadramento comparativo”. In *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº31, pp. 9-38.

Peirce, C. S. (1978). *Écrits sur le signe*. Paris: Éditions du Seuil.

Pinto, T. C. (1994). “A apropriação do espaço em bairros sociais: o gosto pela casa e o desgosto pelo bairro”. In *Sociedade e Território*, nº20, pp. 36-43.

Read, H. (1982). *Educação pela Arte*. Trad. Ana Maria Rabaça e Luís Filipe Silv Teixeira. Col. Arte & Comunicação. Lisboa: Edições 70.

Rossi, A. (2001). *A Arquitetura da Cidade*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes.

Rousseau, J. (2012). *Emile ou de l'éducation*, tome premier. *Collection complète des oeuvres*. Genève, 1780-1789, vol. 4. In <https://www.rousseauonline.ch>. Consultado em Março de 2018.

Saussure, F. (1999). *Curso de Linguística Geral*. Trad. José Victor Adragão. Lisboa: Don Quixote.

Savater, F. (1997). *El Valor de Educar*. 2ª ed. Barcelona: Editorial Ariel.

Smith-Shank, D. & Soganci, I. O. (2011). “The city as a site for interdisciplinary teaching and learning”. In *International Journal of Education Through Art*, Vol.7, Nº1, pp. 27-40.

Sousa, A. (2003). *Educação pela Arte e Artes na Educação – Bases Psicopedagógicas*. vol.2. Lisboa: Horizontes Pedagógicos.

Streng, J. M.; Rhodes, S. D.; Ayala, G. X.; Eng, E.; Arceo, R. & Phipps, S. (2004). “Realidad Latina: Latino adolescents, their school, and a university use photovoice to examine and address the influence of immigration”. In *Journal of Interprofessional Care*, Vol. 18, N.4, pp. 403-415.

West, A. (2006). *Community Engagement Strategies: Tip Sheet*.

In [http://socrates.berkeley.edu/~pbd/pdfs/Community\\_Engagement\\_Strategies.pdf](http://socrates.berkeley.edu/~pbd/pdfs/Community_Engagement_Strategies.pdf), pp. 1-4. Consultado em Outubro de 2014.

Williams, R. (1980). *The Long Revolution*. Middlesex: Penguin Books.

Xiberras, M. (1996). *As Teorias da Exclusão - para a construção do imaginário do desvio*. Lisboa: Instituto Piaget.

## DESIGN

Andersen, N. E.; Kensing, F.; Lundin, J.; Mathiassen, L.; Munk-Madsen, A.; Rasbech, M. & Sorgaard, P. (1990). *Professional Systems Development: Experience, Ideas and Action*. Nova Jérsea: Prentice Hall.

Armstrong, H. & Stojmirovic, Z. (2011). *Participate: Designing with user-generated content*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Armstrong, H. (2011). “What is Participatory Design?”. In Brower, N. ed. *Participate: Designing with user-generated content*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, pp. 11-15.

Aumont, J. (2002). *A Imagem*. Trad. Estela dos Santos Abreu e Cláudio Cesar Santoro. São Paulo: Papirus Editora.

Bannon, L. & Ehn, P. (2013). “Design Matters in Participatory Design”. In Simonsen, J. & Robertson, T. (eds.) *Routledge International Handbook of Participatory Design*. New York: Routledge. pp. 37-63.

Barnard, M. (2005). *Graphic Design as Communication*. Abingdon: Routledge.

Bast, G. (2017). Foreword. In Falkeis, A. (ed.). (2017). *Urban Change: Social Design - Art As Urban Innovation*. Trad. Janima Nam & Camilla Nielsen. Basileia: Birkhauser, p.5.

Beck, E. (2002). “P for political: participation is not enough”. In *Scandinavian Journal of Information Systems*, Volume 14, issue 1, pp. 77-92.

Bishop, C. ed. (2006). *Participation*. Cambridge: The MIT Press.

Björgvinsson, E.; Ehn, P. & Hillgren, P. (2012). “Design things and design thinking: Contemporary participatory design challenges”. In *Design Issues*, vol. 28 (issue 3), pp. 101-116.

Branzi, A. (2013). “Seven degrees of separation”. In Annicchiario, S. & Branzi, A. (eds.). *The New Italian Design 2.0*. Milan, Italy: Triennale di Milano, pp. 14-17.

Bratteteig, T.; Bodker, K.; Dittrich, Y.; Mogensen, P. & Simonsen, J. (2013). “Methods: organising principles and general guidelines for Participatory Design projects”. In Simonsen, J. & Robertson, T. (eds.) *Routledge International Handbook of Participatory Design*. New York: Routledge, pp. 117-144.

Chen, D.; Cheng, L.; Hummels, C., & Koskinen, I. (2016). Social Design: An Introduction. *International Journal of Design*, Vol. 10, No 1, pp. 1-5.

Chick, A. & Micklethwaite, P. (2011). *Design for Sustainable Change*. Lausanne: AVA Publishing SA.

Costa, J. (2011). *Design para os olhos: marca, cor, identidade e sinalética*. Lisboa: Dinalivro.

Emerson, J. (2008). *The Vision Thing*. In <http://www.commart.com/column/vision-thing>. Consultado em Março de 2016.

Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. Londres: Earthscan.

Fragoso, M. (2012) *Design Gráfico em Portugal*. Lisboa: Livros Horizonte.

Frandsen, M. S. & Petersen, L. P. (2014). “Urban Co-Creation”. Simonsen et al. (eds.). In *Situated Design Methods*. Cambridge: The MIT Press, pp. 181-199.

Friedman, K. & Stolterman, E. (2015). Series fireword. In Manzini, E. *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Friedman, K. & Stolterman, E. (eds.) Cambridge: The MIT Press, pp. vii-xi.

Greenbaum, J. (1993). “PD: a personal statement”. In *Communi-*

*cations of ACM*, Volume 36, Issue 6, p.47.

Hirschhorn, T. (2017). “Gramsci Monument at Forest Houses, Bronx, NY”. In Falkeis, A. (ed.). *Urban Change: Social Design - Art As Urban Innovation*. Trad. Janima Nam & Camilla Nielsen. Basileia: Birkhauser, pp. 51-65.

Hollis, R. (2005). *Design Gráfico: uma história concisa*. Trad. Carlos Daudt. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora.

IDEO.org (2015). *Human Centered Design – Kit de Ferramentas*. 2ª ed. (PDF). In <http://www.designkit.org/resources/1>. Consultado em Abril de 2017.

Jobling, P. & Crowley, D. (1996). *Graphic Design: Reproduction and representation since 1800*. Manchester: Manchester University Press.

Kalman, T.; Miller J. & Jacobs K. (1994). “Modernism and its malcontents: Good History/Bad History”. In Bierut, M., Dren-ttel, W., Heller, S. & Holland D. (eds.) *Looking closer: critical writings on graphic design*. Vol. 1. New York: Allworth Press, pp. 25-33.

Kensing, F. & Blomberg, J. (1998). “Participatory Design: issues and concerns”. In *Computer Supported Cooperative Work*, Volume 7, Issue 3, pp. 167-185.

Kortbeek, C. (2015). “Participatory Design: advantages, difficulties and practical implications of taking the user as a partner in the design process”. University of Twente - Master Course, EIT Master School Double Degree, Human Computer Interaction and Design Year 1, pp. 1-9.

Koskinen, I. & Hush, G. (2016). “Utopian, Molecular and Sociological Social Design”. In *International Journal of Design*, Vol. 10, No. 1, pp. 65-71.

Lasky, J. (2013). *Design and Social Impact: A Cross-Sectoral Agenda for Design Education, Research, and Practice*. Nova Iorque: Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum, The Lemelson Foundation & National Endowment for the Arts.

Lee, J. (2001). *The Bubble Project*. In <http://www.thebubblepro->

ject.com/. Consultado em Fevereiro de 2016.

Lehrer, J. (2008). “Giving Voice”, *Design 21 – Social Design Network website*. In <http://www.design21sdn.com>. Consultado em Outubro de 2014.

Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Friedman, K. & Stolterman, E. (eds.) Cambridge: The MIT Press, p. 64.

Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. Chicago: University Of Chicago Press.

Margolin, V. (2015). “Social design: From utopia to the good society”. In Bruinsma, M. & van Zijl, I. (eds.) *Design for the good society*. Utrecht, the Netherlands: Stichting Utrecht Biennale, pp. 28-42.

Margolin, V. & Margolin, S. (2002). “A ‘social model’ of design: Issues of practice and research”. In *Design Issues*, Volume 18, Issue 4, pp. 24-30.

Marques, J. (2014). *A Fotografia e o Design Gráfico*. Tese de Mestrado em Criação Artística Contemporânea. Universidade de Aveiro.

Mathew, D. (2010). *Principles of Design Through Photography*. India: Wisdom Tree Publishers.

Mossayeb, S. (2016). Foreword. Closing the Gap between the Designer and the Recipients of Design. In Tauke, B.; Smith, K. & Davis, C. (eds.) *Design and Diversity*. Nova Iorque: Routledge.

Papanek, V. (2009). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Chicago: Academy Chicago Publishers, Chicago.

Pinto, P. R. (2013). *Uma Visão Integrada do Lugar na Arte Pública Através do Design Participativo: A Relação entre as Actividades Laborais e os Recursos Naturais Locais nas Práticas de Interação com Populações Periféricas*. Tese de Doutoramento em Design. Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa.

Robertson, T. & Simonsen, J. (2013). “Participatory Design: An introduction”. In Simonsen, J. & Robertson, T. (eds.) *Routled-*

*ge International Handbook of Participatory Design*. Nova Iorque: Routledge, pp. 1-17.

Robertson, T. & Wagner, I. (2013). “Engagement, representation and politics-in-action”. In Simonsen, J. & Robertson, T. (eds.) *Routledge International Handbook of Participatory Design*. Nova Iorque: Routledge, pp. 64-85.

Shea, A. (2012). *Designing For Social Change: Strategies for Community-Based Graphic Design*. New York: Princeton Architectural Press.

Souto, M. H. & Brízio, F. (2014). “Territórios do design em Portugal”. In *Camões: revista de letras e culturas lusófonas*, nº 23, pp. 5-7.

Tauke, B.; Smith, K. & Davis, C. eds. (2016). *Design and Diversity*. New York: Routledge.

Twemlow, A. (2007). *Para que serve o design gráfico?*. Trad. Maria da Graça Pinhão e Jorge Pinheiro. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Veiga, C. & Amendra, R. (2014). “Social Design Principles and Practices”. In Lim, Y.; Niedderer, K.; Redstrom, J.; Stolterman, E.; & Valtonen, A. (Eds) *Proceedings of DRS 2014: Design s Big Debates. Design Research Society Biennial International Conference*. Umea: Umea Institute of Design, Umea University, pp. 572-583.

Vilar, E. (2014). Preâmbulo. In Vilar, E. ed. *Design et al.* Lisboa: Publicações Dom Quixote, pp. 9-10.

## FOTOGRAFIA

Adams, A. (2003). *A Câmera*. Trad. Alexandre Roberto de Carvalho. 3ª ed. São Paulo: Senac.

Amar, P. J. (2007). *História da Fotografia*. Trad. Victor Silva. Col. Arte & Comunicação. Lisboa: Edições 70.

Barnbaum, B. (2012). *The Art od Photography*. 5ª ed. Santa Barbara: Rocky Nook Inc.



Barthes, R. (1977). “Rhetoric of the Image”. In Barthes, R. *Image Music Text*. (1964). Londres: Fontana, pp. 32-51.

Barthes, R. (2007). *Mitologias*. (1957). Trad. José Augusto Seabra. Lisboa: Edições 70.

Barthes, R. (2009). *A Câmara Clara*. (1980). Trad. Manuela Torres. Lisboa: Edições 70.

Benjamin, W. (2005). “Little History of Photography”. In Benjamin, W. *Selected Writings*, Volume 2, Part 2 [1931-1934]. (1931). Trad. Rodney Livingstone, (eds.) Michael W. Jennings, Howard Eiland & Gary Smith. Londres: University Press, pp. 507-530.

Berrebi, M. (2009). Introduction. Participative Art, or ART 2.0. In Dozier, L. ed. *Women are Heroes*. New York: Abrams.

Cartier-Bresson, H. (1952). *The Decisive Moment*. Nova Iorque: Simon and Schuster, p. xvi.

Didi-Huberman, G. (2009). *Quand les images prennent position*. L’œil de l’histoire I. Collection Paradoxe. Paris : Les Editions de Minuit.

Ewald, W. (2001). *I Wanna Take Me a Picture: Teaching Photography and Writing to Children*. Boston: Beacon Press.

Flusser, V. (1998). *Ensaio sobre a Fotografia – para uma filosofia da técnica*. (org.) José Bragança de Miranda. Col. Mediações. Lisboa: Relógio D’ Água Editores.

Harper, D. (2002). “Talking about pictures: A case for photoelicitation”. In *Visual Studies*, Vol. 17, N-1, pp. 13–26.

Irlé, K.(2013). “Der Stadtbrand von Hamburg 1842” (PDF). Alemanha: FINetworker. In ([http://www.msi-design.de/wp-content/uploads/FW9\\_irlé.pdf](http://www.msi-design.de/wp-content/uploads/FW9_irlé.pdf)). Consultado em Agosto 2016.

Jay, B. (1988). “The Thing Itself . The Fundamental Principle of Photography”. In *Daytona Beach Community College*, pp. 1-7. (PDF). <http://www.billjayonphotography.com/The%20Thing%20Itself.pdf>. Consultado em Janeiro de 2011.

Joly, M. (1994). *Introdução à Análise da Imagem*. Trad. José Eduardo Rodil. Col. Arte de Comunicação. Lisboa: Edições 70.

- Koch, R. ed. (2009). *Photobox – Bringing the Great Photographers into Focus*. Londres: Thames & Hudson, pp.314, 431 e 496.
- Langford, M. (2000). *Fotografia Básica*. Trad. Vernáculo Lda. 5ª ed. Lisboa: Dinalivro.
- Luttrell, W. (2006). “Making culture visible: Children’s photography, identity and agency”. Comunicação apresentada em Annual Meeting of the American Sociological Association.
- Marín, R, & Roldán, J. (2010). “Photo essays and photographs in visual arts-based educational research”. In *International Journal of Education Through Art*, Vol. 6, N°1, pp. 7-23.
- Rodrigues, S. (2008). “O photovoice: uma metodologia para a inclusão!”. In *Vozes do Centro*. Porto: REAPN.
- Santos, J. (2015). *Fotocomposição*. 2ª ed. Famalicão: Centro Atlântico.
- Short, M. (2013). *Contexto e Narrativa em Fotografia*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Sontag, S. (2012). *Ensaio sobre Fotografia*. Trad. José Afonso Furtado. Lisboa: Quetzal.
- Souza, D. (2013). *A fotografia participativa como ferramenta de reflexão identitária: estudo de caso com jovens em contextos de exclusão social no Brasil e em Portugal*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.
- Spielman, J. (2001). “The Family Photography Project: ‘We will just read what the pictures tell us’”. In *The Reading Teacher*, Vol.54, N.8, pp. 762–770.
- Vilar, C. T. & Carvalho, N. F. coord. (2008). *BESart - Coleção Banco Espírito Santo, O Presente: Uma Dimensão Infinita*. Lisboa: Museu Coleção Berardo, p.47.
- Wang, C. C. (1999). “Photovoice: A participatory action research strategy applied to women’s health”. In *Journal of Women’s Health*, Vol. 8, pp. 185- 192.
- Wang, C. C. (2006). “Youth Participation in Photovoice as

a Strategy for Community Change”. In *Journal of Community Practice*, 14(1-2), pp. 147-161.

Wang, C. C., & Burris, M. A. (1997). “Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment”. In *Health Education and Behavior*, 24, pp. 369-387.

Wang, C. C.; Burris, M. A., & Xiang, Y. P. (1996). “Chinese village women as visual anthropologists: A participatory approach to reaching policymakers”. In *Social Science and Medicine*, Vol. 42, N. 10, pp. 1391-1400.

Wang, C. C.; Morrel-Samuels, S.; Hutchinson, P.; Bell, L., & Pestronk, R. M. (2004). “Flint photovoice: Community building among youths, adults, and policymakers”. In *American Journal of Public Health*, Vol. 94, N.6, pp. 911-913.

Wang, C. C.; Wu, K. Y.; Zhan, W. T., & Carovano, K. (1998). “Photovoice as a participatory health promotion strategy”. In *Health Promotion International*, Vol. 13, N. 1, pp. 75-86.

Webb, J. (2015). *O Design da Fotografia*. Trad. Denis Fracalossi. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Zuanetti, R.; Real, E. & Martins, N. (2004). *Fotógrafo o Olhar, a Técnica e o Trabalho*. Brasil: Senac.

## MODELOS EXPOSITIVOS

\_\_\_\_\_. *The Charter of Krakow* (2000). In <http://smartheritage.com/wp-content/uploads/2015/03/KRAKOV-CHARTER-2000.pdf>. Consultado em Março de 2018.

Ambrose, T. & Paine, C. (2010). *Museum Basics*. 2ª ed. Nova Iorque: Routledge.

Atkins, R. (1997). *Art Speak: A Guide to Contemporary Ideas, Movements, and Buzzwords, 1945 to the Present*. 2ª ed. Nova Iorque: Abbeville Press.

Augé, M. (2016). *Não-Lugares – Introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. 2ª ed. Trad. Miguel Serras Pereira. Lisboa: Livraria Letra Livre.

- Babo, E. *et al.* (2007). “Estruturas museológicas, desenvolvimento, envolvimento e participação local: uma aproximação a alguns casos portugueses”. In *IX Jornadas Departamento de Sociologia*, Universidade de Évora, p. 1-13.
- Brandáriz, G. (2008). “Los museos hospitalarios y la valoración social del patrimonio cultural hospitalario”. In *Patrimonio Cultural Hospitalario, Temas de Patrimonio Cultural (Buenos Aires)*, nº 21, pp. 207-234.
- Caeiro, M. (2014). *Arte na Cidade*. Lisboa: Temas e Debates - Círculo de Leitores.
- Chagas, M. (2002). “Memória e Poder: Dois Movimentos”. In *Cadernos de Sociomuseologia: Museu e Políticas de Memória*, vol.19, nº19, Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, pp. 43-81.
- Correia, V. (2013). *Arte Pública – Seu significado e função*. Lisboa: Fonte da Palavra, Lda.
- Fernández, L. A. & Fernández, I. G. (2012). *Diseño de exposiciones: Concepto, Instalación y Montaje*. 3ª ed. Madrid: Alianza Editorial.
- Fernández, L. A. (2010). *Museología y Museografía*. 4ªed. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Fortuna, C. (2012). “Património, turismo e emoção”. In *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº97, pp. 23-40.
- Hernández, F. H. (2006). *Planteamientos teóricos de la museología*. Somonte-Cenero: Ediciones Trea.
- Hillier, D. (2001). *A Closer Look. Increasing Access Through Interpretation*. Edinburgh: Scottish Museums Council with Interpret Scotland. In [https://www.swfed.org.uk/wp-content/uploads/2012/05/A\\_closer\\_look.pdf](https://www.swfed.org.uk/wp-content/uploads/2012/05/A_closer_look.pdf) - Consultado em Setembro de 2016.
- Kwon, M. (2002). *One Place After Another: Site-specific Art and Locational Identity*. Cambridge: The MIT Press.
- Lacy, S. (1995). *Mapping Terrain: New Genre Public Art*. Seattle: Bay Press.

Manzanares, M. L. (1999). *Escultura Contemporánea en el Espacio Urbano: Transformaciones, Ubicaciones y Recepción Pública*. Galiza: Fundacion Caixa Galicia.

Maure, M. (1995). “La nouvelle museologie - qu’est-ce que c’est?”. Ed. Martin R. Scharer. In *Annual Conference of the International Committee for Museology/ICOFOM. Symposium Museum and Community II*, Norway, pp. 127-132.

McKenna-Cress, P. & Kamien J. A. (2013). *Creating Exhibitions: Collaboration In The Planning, Development, And Design Of Innovative Experiences*. Nova Jérσία: John Wiley & Sons, Inc.

Mega Ferreira, A. (1996). “WORLD EXPO’S: O QUE VALE UM TEMA”. In Villalobos, B & Moreira, L. (orgs.). *Lisboa EXPO’98: Projectos*. Lisboa: Editorial Blau, pp. 9-11.

Miles, M. (1997). *Art, Space and City – Public Art and Urban Futures*. Londres: Routledge.

Navarro, M. S. & Riera, R. G. (2012). *Museo y Comunidad: Un Museo para todos los públicos*. Somonte-Cenero: Ediciones Trea.

Oliveras, A. M. (2013). “El concepto de museo y su ampliación epistemológica. Escuelas museológicas modernas y contemporáneas. Una visión historiográfica”. In *Her & Mus*, 13 vol. v, nº 2, Septiembre-Octubre. Gijón: Ediciones Trea, pp. 100-112.

Philips, P. (1998). “Temporary and Public Art”. In Senie, H. & Webster, S. (eds.). *Critical Issues in Public Art: Content, Context, and Controversy*. Washington: Smithsonian Institution Press, pp. 295-304.

Regatão, J. (2007). *Arte Pública e os novos desafios das intervenções no espaço urbano*. 2ª ed. s.l.: Editora Bicho-do-Mato.

Remesar, A. & Silva, F. N. (2010). “Regeneração Urbana e Arte Pública”. In Andrade, P., Marques, C. & Barros, J. (coords.). *Arte Pública e Cidadania: novas leituras da cidade criativa*. Lisboa: Caleidoscópio, pp. 83-102.

Rico, J. C. (2010). *Manual práctico de museología, museografía y técnicas expositivas*. Madrid: Sílex ediciones.

Riobom, M. L. (2010). “Ver o Mundo com Outros Olhos: Mu-

seus e Cultura Visual”. In *Arte, Novas Tecnologias e Comunicação: Fenomenologia da Contemporaneidade*, Paulo Mello coord. São Paulo: PMStadium Comunicação e Design Ltda, pp. 174-178.

Rocha-Trindade, M. B. (1993). *Iniciação à museologia*. Nº54. Lisboa: Universidade Aberta.

Silva, D. R. (1999). “As Formas de ver as Formas: Uma Tentativa de Compreender a Linguagem Expositiva dos Museus”. In *CADERNOS de Sociomuseologia: Teoria e Prática*, vol.16, nº16. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, pp. 67-98.

Tipton, G. (2006). *Public Art: Memory and Tradition*. In [http://www.publicart.ie/main/thinking/writing/writing/view//36ebdd02176d4739f3f2179b74636e32/?tx\\_pawritings\\_uid=17&print=1](http://www.publicart.ie/main/thinking/writing/writing/view//36ebdd02176d4739f3f2179b74636e32/?tx_pawritings_uid=17&print=1), pp. 1-3. Consultado em Outubro de 2015.

Upjohn, E. et al. (1987) *História Mundial da Arte 4, do barroco ao romantismo*. 7ª ed. Trad. Manuela França. Lisboa: Livraria Bertrand.

Vieira, M. B. (2015). “Espaço, representação, democracia” *XXI, Ter opinião*, nº 4, JAN-JUN, pp. 112-117.

## OUTROS

Abrams, M. H. Gen. ed. (2000). “No man is an Island”. In John Donne. *The Norton Anthology of English Literature*. Vol. I. London: W.W. Norton & Company, pp. 1233-1281.

Caeiro, C. (2007). *O Guardador de Rebanhos - Poema VII*. Porto: Editalma.

Coelho, C. & Rocha, P. (2007). *Brands Taboos*. s.l.: Editora Book-nomics.

Cova, B.; Kozinets, R. & Shankar, A. (2012). *Consumer Tribes*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Dijkstra, L. & Poelman, H. (2012). *Cities in Europe the New OECD-EC Definition. Regional and Urban Policy*. In [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/focus/2012\\_01\\_city.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/focus/2012_01_city.pdf). Consultado em Março de 2018.

Goliot-Leté, A. *et al.* (2008). *Dicionário da Imagem*. Lisboa: Edições 70, p. 85.

Machado, J. P. coord. (1981). *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*. Vol. VI. Lisboa: Amigos do Livro Editores.

Mish, F. ed. (2004). *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*. Eleventh Edition. Massachusetts: Merriam-Webster's.

Olins, W. (2005). *A Marca*. Trad. Miguel Ribeiro de Almeida. Lisboa: Editorial Verbo.

## WEBGRAFIA

### FIGURAS

#### **A Poster Wall for the 21st Century (fig. 29):**

[www.lust.nl/#projects-3041](http://www.lust.nl/#projects-3041) – Consultado em Abril de 2016.

#### **Anúncio Panzani (fig. 40):**

<https://tracesofthereal.com/2009/12/21/the-rhetoric-of-the-image-roland-barthes-1977/> – Consultado em Março de 2017.

#### **Bairros Municipais de Lisboa (fig. 62):**

<http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/1308569883I1zQI1hn4Cl18JM3.pdf> – Consultado em Janeiro de 2014.

#### **Balões de diálogo com os pensamentos (fig. 13 e 14):**

<http://www.thebubbleproject.com> – Consultado em Fevereiro de 2016.

#### **Cartaz chernobyl30+fukushima5 (fig. 11):**

[www.cyan.de](http://www.cyan.de) – Consultado em Março de 2016.

#### **Construção do Crystal Palace (fig. 39):**

<http://www.metmuseum.org> – Consultado em Agosto de 2016.

#### **Fotografia do Projecto Olhares em Foco (fig. 57):**

<http://olharesemfoco.wix.com/projecto> – Consultado em Agosto de 2016.

**Fotografia do Projecto Olhares em Foco (fig. 58):**

<http://olharesemfoco.wix.com/projecto> – Consultado em Agosto de 2016.

**Fotografia do projecto Unnumbered Sparks (fig. 32 e 33):**

[www.unnumberedsparks.com](http://www.unnumberedsparks.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Fotograma de um participante (fig. 20):**

[www.aaronkoblin.com](http://www.aaronkoblin.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Identidade e ambiente gráfico interior dos Estúdios New 42nd Street (fig. 9 e 10):**

<http://www.pentagram.com> – Consultado em Fevereiro de 2016.

**Imagem com pormenor de desenhos dos participantes (fig. 23 e 24):**

[www.tenthousandcents.com](http://www.tenthousandcents.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Logotipo Brooks Brothers (fig. 4):**

[www.brooksbrothers.com](http://www.brooksbrothers.com) – Consultado em Março de 2016.

**MeBox, Graphic Thought Facility (fig. 18 e 19):**

[www.graphicthoughtfacility.com](http://www.graphicthoughtfacility.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Memorial na Butler Street e Third Avenue (fig. 34):**

[www.commarts.com/column/vision-thing](http://www.commarts.com/column/vision-thing) – Consultado em Março de 2016.

**Memorial na Butler Street e Third Avenue (fig. 35):**

<http://christophercardinale.com/memorials/trafficmural.html> – Consultado em Março de 2016.

**Mount Tabor (fig. 52):**

[pro.magnumphotos.com](http://pro.magnumphotos.com) – Consultado em Agosto de 2016.

**Muro (fig. 245):**

<http://ceafa.com.br/blog/wp-content/uploads/buraco-no-muro.jpg> – Consultado em Maio de 2017.



**No Parking Baby on the Dance Floor Baby - words by Judith (fig. 17):**

[rarewords.org](http://rarewords.org) – Consultado em Março de 2016.

**One Frame of Fame, Jonathan Puckey (fig. 15):**

[oneframeoffame.com](http://oneframeoffame.com) – Consultado em Março de 2016.

**Poço Iniciático (fig. 51):**

<http://joelsantos.net> – Consultado em Agosto de 2016.

**Projecto Siloquies and Soliloquies on Death, Life and Other Interludes (fig. 53):**

[www.edgarmartins.com](http://www.edgarmartins.com) – Consultado em Agosto de 2016.

**Red Tulips (fig. 46):**

<http://www.ernst-haas.com> – Consultado em Agosto de 2016.

**Scraper light com palavra design (fig. 30):**

[www.lust.nl/scraper/](http://www.lust.nl/scraper/) – Consultado em Abril de 2016.

**Scraper Medium com palavra design (fig. 31):**

[www.lust.nl/scraper/](http://www.lust.nl/scraper/) – Consultado em Abril de 2016.

**Série I can Help (fig. 43 e 44):**

<http://www.impressions-gallery.com> – Consultado em Agosto de 2016.

**Sinal de Stop e frase No Stopping any Time (fig. 41):**

<http://www.drheckle.net/2012/01/no-stopping-any-time.html>  
– Consultado em Março de 2017.

**Site Splice Today (fig. 25 e 26):** [www.splicetoday.com](http://www.splicetoday.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Site The Johnny Cash Project (fig. 21):**

[www.thejohnnycashproject.com](http://www.thejohnnycashproject.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Square of the Vert Galant and Pont-Neuf (fig. 55):**

[pro.magnumphotos.com](http://pro.magnumphotos.com) – Consultado em Agosto de 2016.

**Stilleben mit schwebendem Ei (fig. 54):**

[www.van-ham.com](http://www.van-ham.com) – Consultado em Agosto de 2016.

**Stone Cold Fox - words by Audrey Katherine (fig. 16):**

[rarewords.org](http://rarewords.org) – Consultado em Março de 2016.

**The Thousand Cents (fig. 22):**

[www.tenthousandcents.com](http://www.tenthousandcents.com) – Consultado em Abril de 2016.

**Vista da exposição Um de nós/One of Us (fig. 60):**

<https://www.flickr.com/photos/tedxlisboa/6279309931/> – Consultado em Setembro de 2016.

**Vista do Bairro da Boavista (fig. 69):**

<http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html> – Consultado em Janeiro de 2014.

**Vista geral da exposição A Terra Vista do Céu (fig. 59):**

<http://gam-acessibilidade.blogspot.pt/2010/09/exposicao-olhares-tacteis.html> – Consultado em Setembro de 2016.

**OUTROS:**

**Agenda 21:**

[http://www.apambiente.pt/\\_zdata/Instrumentos/GestaoAmbiental/A21L/Guia%20Agenda%2021%20Local.pdf](http://www.apambiente.pt/_zdata/Instrumentos/GestaoAmbiental/A21L/Guia%20Agenda%2021%20Local.pdf) - Consultado em Abril de 2016.

**AHEAD - Associação Humanitária para a Educação e Apoio ao Desenvolvimento:**

<http://www.ahead.org.pt> – Consultado em Janeiro de 2014.

**Associação de Moradores do Bairro Padre Cruz:**

<http://www.jf-carnide.pt/para-a-populacao/instituicoes/Associacao-de-moradores-do-Bairro-Padre-Cruz/541> - Consultado em Fevereiro de 2013.

**Associação Espaço Mundo:**

<http://espacomundo.files.wordpress.com/2012/05/estatutos-associacao-espaco-mundo.pdf> – Consultado em Janeiro

de 2014.

**Associação Fos:**

<http://fos.pt> – Consultado em Janeiro de 2014.

**Bairro Alta de Lisboa:**

[http://www.gebalis.pt/site/html/alta\\_centro.html](http://www.gebalis.pt/site/html/alta_centro.html) - Consultado em Agosto de 2012.

**Bairro da Boavista:**

<http://www.gebalis.pt/site/html/boavista.html> - Consultado em Agosto de 2012.

[http://bairrodaboavista-lisboa.blogspot.pt/p/historia-do-bairro\\_14.html](http://bairrodaboavista-lisboa.blogspot.pt/p/historia-do-bairro_14.html) - Consultado em Fevereiro de 2014.

**Bairro Padre Cruz:**

[http://www.gebalis.pt/site/html/padre\\_cruz.html](http://www.gebalis.pt/site/html/padre_cruz.html) - Consultado em Agosto de 2012.

**Daniela Haufe e Detlef Fiedler:**

<http://2014.agi-open.com/speakers/cyan> - Consultado em Julho de 2017.

**Declaração dos Direitos da Criança:**

[https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ECidadania/Docs\\_referencia/declaracao\\_universal\\_direitos\\_crianca.pdf](https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ECidadania/Docs_referencia/declaracao_universal_direitos_crianca.pdf) - Consultada em Julho de 2017.

**Decreto-Lei n.º 28912, de 1938:**

<http://www.dre.pt/pdf1s/1938/08/18600/11971201.pdf> – Consultado em Junho de 2014.

**Designers Accord:**

<http://www.designersaccord.org/> - Consultado em Abril de 2016.

**Exposição “Terra Vista do Céu”:**

<https://www.publico.pt/local/noticia/lisboa-em-festa-arranca-hoje-com-exposicao-fotografica-1193991> - Consultado em Março de 2012.

**Ferdinand Tonnies:**

[Sociologyguide.com/basic-concepts/Community.php](http://Sociologyguide.com/basic-concepts/Community.php) – Consultado em Agosto de 2016.

**First Things First Manifesto 2000:**

<http://www.designishistory.com/1960/first-things-first> – Consultado em Fevereiro de 2018.

<https://www.emigre.com/Essays/Magazine/FirstThingsFirstManifesto2000> by Jonathan Barnbrook *et al.* – Consultado em Abril de 2016.

**Fotografia Pinhole:**

<http://imagerie.imagerieonline.com/pinhole> - Consultado em Fevereiro de 2014.

**GNU:**

<http://www.gnu.org/> - Consultado em Março de 2016.

**JR sobre o Projecto Inside Out:**

<http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/1956/quotinside-out-lx-quot-pensamento-positivo-nas-paredes-de-lisboa> - Consultado em Março de 2012.

**Lomografia:**

<http://www.lomography.pt/about> - Consultado em Setembro de 2016.

**Lust, A Poster Wall for the 21st Century:**

<http://lust.nl/#projects-3041> - Consultado em Abril de 2016.

**Lust, Scraper:**

<http://lust.nl/scraper/> - Consultado em Abril de 2016.

**Programa BIP/ZIP:**

<http://habitacao.cm-lisboa.pt/index.htm?no=2730001> – Consultado em Junho de 2014.

**Projecto All Artes:**

<http://habitacao.cm-lisboa.pt/documentos/1346419116R2rHI9vr1Ve85EZ7.pdf> – Consultado em Janeiro de 2013.

**Projecto Inside Out:**

<http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/1956/quotinside-out-lx-quot-pensamento-positivo-nas-paredes-de-lisboa> - Consultado em Março de 2012.

**Projecto Olhares em Foco:**

<http://olharesemfoco.wix.com/projecto> - Consultado em Agosto de 2016.

**Projecto One Frame of Fame:**

<http://oneframeoffame.com/> - Consultado em Março de 2016.

**Projecto Ser Maior:**

<http://bairrodaboavista-lisboa.blogspot.pt/2009/03/projecto-ser-maior-ajuda-nos-tpc.html> - Consultado em Junho de 2014.

**Projecto Unnumbered Sparks:**

[www.unnumberedsparks.com](http://www.unnumberedsparks.com) - Consultado em Abril de 2016.

**Rarewords.org:**

<http://www.rarewords.org/> - Consultado em Março de 2016.

**A Consciência Social na Aprendizagem do Design:**

[https://issuu.com/forumestudante/docs/teresa\\_cabral](https://issuu.com/forumestudante/docs/teresa_cabral) - Consultado em Fevereiro de 2018.

**Splice Today:**

[www.splicetoday.com](http://www.splicetoday.com) - Consultado em Abril de 2016.

**Studiolo:**

[www.nationalgallery.org.uk/paintings/glossary](http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/glossary) - Consultado em Agosto de 2016.

**Tecnologia Social do ChildFund Brasil:**

<https://www.childfundbrasil.org.br/imprensa/releases/artigo-tecnologias-sociais-que-mudam-vidas> - Consultado em Agosto de 2017.